

**PENGARUH *SOCIAL COMPARISON* TERHADAP *LIFE*
SATISFACTION PADA REMAJA AKHIR YANG
MENGUNAKAN *INSTAGRAM***



OLEH:

Gina Azkia Amelia

1125151783

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
Gelar Sarjana Psikologi.**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PENDIDIKAN PSIKOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Pengaruh *Social Comparison* terhadap *Life Satisfaction* Remaja Akhir yang
menggunakan *Instagram*

Nama Mahasiswa : Gina Azkia Amelia
NIM : 1125151783
Program Studi : Psikologi
Tanggal Ujian : Kamis, 15 Agustus 2019

Pembimbing I

Vinna Ramadhany Sy, M.Psi
NIDN. 8812680018

Pembimbing II

Dwi Kencana Wulan, M.Psi
NIP. 198212122014042001

| Nama | Tandatangan | Tanggal |
|---|-------------|---------|
| Dr. Gantina Komalasari, M.Psi (Penanggungjawab)* | | |
| Dr. Gumgum Gumelar, M.Si (Wakil Penanggungjawab)** | | |
| Prof. Dr. Burhanuddin Tola (Ketua Penguji) *** | | |
| Dr. Phil. Zarina Akbar, M.Psi (Anggota) **** | | |
| Santi Yudhistira, M.Psi (Anggota) | | |

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta:

Nama: : Gina Azkia Amelia

NIM : 125151783

Program Studi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat dengan judul “Pengaruh *Social comparison* terhadap *Life satisfaction* Remaja Akhir yang Menggunakan *Instagram*” adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan oleh saya sendiri, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian pada bulan Maret sampai dengan bulan Agustus 2019.
2. Bukan merupakan duplikasi skripsi/karya inovasi yang pernah dibuat orang lain atau jiplakan karya tulis orang lain dan bukan terjemahan karya tulis orang lain.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan saya bersedia menanggung segala akibat yang ditimbulkan jika pernyataan saya ini tidak benar.

Jakarta, 15 Agustus 2019
Yang Membuat Pernyataan

Gina Azkia Amelia

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Program Studi Psikologi, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama: : Gina Azkia Amelia
 NIM : 125151783
 Program Studi : Psikologi
 Fakultas : Pendidikan Psikologi
 Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh *Social comparison* terhadap *Life satisfaction* pada Remaja Akhir yang menggunakan *Instagram*

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 15 Agustus 2019

Yang Menyatakan

Gina Azkia Amelia

MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Sesungguhnya Allah SWT tidak akan merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri” (QS. Ar Ra’d: 11)

“Engkau lah yang berusaha, nanti Aku yang akan memenuhinya.”

“Dan barangsiapa berusaha, maka sesungguhnya usahanya itu untuk dirinya sendiri.”
(QS. Al-Ankabut: 6)

“Hanya orang-orang yang bersabarlah yang disempurnakan pahalanya tanpa batas.”
(QS. Az-Zumar: 10)

“Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antarmu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (QS. Al Mujadilah: 11)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini merupakan suatu perjalananku untuk beribadah kepada Allah SWT. Hanya kepadaNya lah kami menyembah dan kepadaNya lah kami memohon pertolongan. Dengan dibuatnya Skripsi ini, sebagai ungkapan terimakasihku kepada Papah dan Ibuku yang selalu memberikan motivasi dan semangat dalam hidupku. Kakak dan adikku (Fadlan, Aulia, dan Izza) yang selalu memberikan canda tawa dan inspirasi dalam hidupku.

GINA AZKIA AMELIA, Pengaruh *Social Comparison* terhadap *Life Satisfaction* Remaja Akhir yang Menggunakan *Instagram*. Skripsi, Jakarta: Fakultas Pendidikan Psikologi, Universitas Negeri Jakarta.

ABSTRAK

Instagram merupakan media sosial yang sedang banyak di minati oleh kalangan masyarakat Indonesia. Peneliti terdahulu menyatakan bahwa *instagram* merupakan aplikasi yang dapat mempengaruhi kesehatan mental remaja. Hal ini menunjukkan bahwa *instagram* memiliki dampak yang besar terhadap *well-being* seseorang, sehingga hal tersebut perlu di tinjau lebih lanjut untuk mengetahui dampak apa yang di timbulkan dalam penggunaan *instagram*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *social comparison* terhadap *life satisfaction* remaja akhir yang menggunakan *Instagram*. Sampel dalam penelitian ini adalah 430 remaja akhir yang memiliki dan menggunakan aplikasi *Instagram*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik analisa regresi linear satu prediktor. Pengukuran variabel *social comparison* pada penelitian ini menggunakan alat ukur *Iowa-Netherlands Social Comparison Measure* yang di buat oleh Gibbons dan Buunk (1999), dan untuk mengukur variabel *life satisfaction* menggunakan alat ukur *The Riverside Life Satisfaction Scale* yang di adopsi dari Margolis, Schwitzgebel, Ozer, Lyubomirsky (2018). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *social comparison* terhadap *life satisfaction* remaja akhir yang menggunakan *Instagram*.

Kata kunci : *Social Comparison*, *Life Satisfaction*, Remaja Akhir, Instagram, Kepuasan hidup, perbandingan sosial

GINA AZKIA AMELIA, *The Impact of Social Comparison on Life Satisfaction adolescenes who used an Instagram.* Under Graduate Thesis, Jakarta: Psychology Major, Faculty of Educational Psychology, State University of Jakarta 2019.

ABSTRACT

Instagram is one of social media that is being interested in by the many people in Indonesia. The previous researcher stated that Instagram is one of mobile application that can affect teens mental health. This shows that Instagram has a great impact on personal well-being, so it needs further review to find out what are the impacts of using Instagram. This research aims to determine how the influence of social comparison on the life satisfaction of late teens who uses Instagram. The sample in this research was 430 late teens who owned and used Instagram. The method that used is a quantitative method with one predictor linear regression analysis technique. Measurement of social comparison variables in this research uses the Iowa-Netherlands Social Comparison Measure measuring instrument, and to measure the life satisfaction variable using the Riverside Life Satisfaction Scale measuring instrument. The results showed that there was a significant influence between social comparison on the life satisfaction of late teens who use Instagram.

Keywords: Social Comparison, Life Satisfaction, adolecents, Instagram.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir matakuliah Skripsi dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan sebagai sarjana Psikologi di Universitas Negeri Jakarta. Tujuan Skripsi yang saya buat dalam kesempatan ini adalah agar skripsi ini menjadi berguna bagi para pembaca yang membutuhkan. Dengan dibuatnya Skripsi ini saya sangat bersyukur dan sangat mengucapkan terimakasih bagi semua pihak, rekan, dan keluarga yang sudah membantu dan mendoakan saya dalam penulisan skripsi yang sangat berguna ini.

Penulisan Skripsi ini tidak lepas dari berbagai pihak yang telah membimbing, memberikan bantuan, serta mendoakan penulis. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini, penulis bermaksud menyampaikan terimakasih kepada:

1. Dekan Fakultas Pendidikan Psikologi, Ibu Dr. Gantina Komalasari M.Psi
2. Ketua Program Studi Psikologi Universitas Negeri Jakarta, Ibu Mira Ariyani, Ph.D
3. Dosen Pembimbing Skripsi I, Ibu Vinna Ramadhany Sy, M.Psi
4. Dosen Pembimbing Skripsi II, Ibu Dwi Kencana Wulan, M.Psi
5. Dosen Penasehat Akademik, Ibu Fellianti Mudzdalifah, M.Psi
6. Dosen penguji yang terhormat
7. Seluruh dosen mata kuliah Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta
8. Seluruh Staff administrasi Prodi/Fakultas/Universitas
9. Seluruh Responden Penelitian remaja akhir yang menggunakan *Instagram*
10. Ibu, Papah, Kakak (Fadlan) dan Adik-adik (Aulia dan Izza) tercinta yang selalu memberikan kehangatan dan kenyamanan.
11. Seluruh keluarga besar Kosam Hidayat yang selalu memberikan dukungan.

12. Sahabat SMA Azzahra, Alyssa, Dhila, Dita, Firdia, Intan, Septi, Nisa, dan Sabela yang selalu memberikan semangat, bantuan, dan ruang untuk berdiskusi bersama hingga saat ini.
13. Sahabat kuliah Ajeng, Ayya, dan Alma yang selalu menemani, membantu, menghibur, dan menjadi pengisi hari-hari saya yang menyenangkan sejak pertama kuliah hingga saat ini.
14. Sahabat Mira, Mita, Farra, Dewi, Ulya, Marthia, Umi dan seluruh teman-teman Fakultas Pendidikan Psikologi angkatan 2015 yang telah memberikan semangat dan bantuan kepada saya selama ini.
15. Kelas C 2015 yang selalu kompak dan mewarnai hari-hari perkuliahan.
16. Muhammad Rizki Maulana yang selalu mendengarkan segala curahan hati, membantu, mengayomi, dan tak lelah memberikan semangat dalam menjalani hari-hari.
17. Hanifah Irin, adik tercinta di Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
18. Kakak dan Abang yang tak pernah henti membantu dalam perkuliahan, Bang Timothy, Bang Anjar, Bang Fakhri, Kak Dyas, Kak Fairuz, Kak Fatmala, dan Kak Putri.
19. Geta, Kak Aci, Kak Ely, Kak Rendi, Ariiq, Mila, Tom, Kak Arra, Kak Lusy yang selalu memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi.
20. Seluruh teman-teman tercinta di Jakarta Youth Choir yang telah menjadi wadah untuk mencurahkan hobi dan bakat yang saya miliki.
21. Seluruh teman-teman ekstrakurikuler Teater Padma

Jakarta, 30 Juli 2019

Peneliti,

Gina Azkia Amelia

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------|
| HALAMAN JUDUL | |
| LEMBAR PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING..... | II |
| LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | III |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS | IV |
| MOTO DAN PERSEMBAHAN | V |
| ABSTRAK | VI |
| ABSTRACT | VII |
| KATA PENGANTAR | VIII |
| DAFTAR ISI | X |
| DAFTAR GAMBAR | XIV |
| DAFTAR TABEL | XV |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | XVI |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Identifikasi Masalah | 6 |
| 1.3. Batasan Masalah..... | 6 |
| 1.4. Rumusan Masalah | 6 |
| 1.5. Tujuan Penelitian..... | 7 |
| 1.6. Manfaat Penelitian..... | 7 |
| 1.6.1. Manfaat Praktis | 7 |
| 1.6.2. Manfaat Teoritis..... | 7 |

| | |
|---|---------------|
| BAB II | 8 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| 2.1. Teori <i>Life satisfaction</i> | 8 |
| 2.1.1. Definisi <i>Life satisfaction</i> | 8 |
| 2.1.2. Aspek-aspek <i>Life satisfaction</i> | 9 |
| 2.1.3. Faktor-faktor yang memengaruhi <i>Life satisfaction</i> | 11 |
| 2.2. Teori <i>Social comparison</i> | 13 |
| 2.2.1. Definisi <i>Social comparison</i> | 13 |
| 2.2.2. Dimensi-dimensi <i>Social comparison</i> | 14 |
| 2.2.3. Jenis-jenis <i>Social comparison</i> | 14 |
| 2.2.4. Faktor yang memengaruhi <i>Social comparison</i> | 14 |
| 2.3. Remaja | 15 |
| 2.3.1. Istilah Remaja | 15 |
| 2.3.2. Tahap Perkembangan Remaja | 16 |
| 2.4. <i>Instagram</i> | 17 |
| 2.4.1. Definisi <i>Instagram</i> | 17 |
| 2.4.2. Fitur-fitur <i>Instagram</i> | 18 |
| 2.4.3. Remaja dan <i>Instagram</i> | 19 |
| 2.5. Dinamika Hubungan antara <i>Life satisfaction</i> dengan <i>Social comparison</i> pada Remaja Akhir yang menggunakan <i>Instagram</i> | 19 |
| 2.5.1. Kerangka Berfikir | 20 |
| 2.5.2. Hipotesis..... | 22 |
| 2.5.3. Hasil Penelitian yang Relevan..... | 22 |
| BAB III..... | 25 |
| METODE PENELITIAN | 25 |
| 3.1. Tipe Penelitian | 25 |
| 3.2. Identifikasi dan Operasional Variabel Penelitian..... | 25 |
| 3.2.1. Variabel Independen | 26 |
| 3.2.2. Variabel Dependen..... | 26 |

| | | |
|--|---|-----------|
| 3.3. | Definisi Konseptual | 26 |
| 3.3.1. | Definisi Konseptual <i>Life satisfaction</i> | 26 |
| 3.3.2. | Definisi Konseptual <i>Social comparison</i> | 26 |
| 3.4. | Definisi Operasional | 26 |
| 3.4.1. | Definisi Operasional <i>Life satisfaction</i> | 26 |
| 3.4.2. | Definisi Operasional <i>Social comparison</i> | 27 |
| 3.5. | Populasi dan Sampel | 27 |
| 3.5.1. | Populasi | 27 |
| 3.5.2. | Sampel | 28 |
| 3.5.3. | Karakteristik Sampel | 28 |
| 3.6. | Teknik Pengumpulan Data | 28 |
| 3.6.1. | Instrumen <i>Life satisfaction</i> | 29 |
| 3.6.2. | Instrumen <i>Social comparison</i> | 30 |
| 3.7. | Uji Coba Instrumen | 32 |
| 3.7.1. | Uji Coba Instrumen <i>Life satisfaction</i> | 33 |
| 3.7.2. | Uji Coba Instrumen <i>Social comparison</i> | 34 |
| 11.1. | Analisis data | 35 |
| 11.1.1. | Uji Normalitas | 36 |
| 11.1.2. | Uji Linearitas | 36 |
| 11.1.3. | Uji Korelasi | 36 |
| 11.1.4. | Uji Hipotesis | 36 |
| 11.2. | Hipotesis Statistik | 37 |
| BAB IV | | 38 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | 38 |
| 12.1. | Gambaran Responden Penelitian | 38 |
| 12.1.1. | Gambaran penelitian berdasarkan usia | 38 |
| 12.1.2. | Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 39 |
| 12.1.3. | Gambaran Responden Berdasarkan Pulau Jawa | 39 |
| 12.2. | Prosedur Penelitian | 40 |

| | | |
|---|--|-----------|
| 12.2.1. | Persiapan Penelitian | 40 |
| 12.2.2. | Pelaksanaan Penelitian | 41 |
| 12.3. | Hasil Analisis Data Penelitian..... | 42 |
| 12.3.1. | Data Deskriptif <i>Social comparison</i> | 42 |
| 12.3.2. | Data Deksriptif <i>Life satisfaction</i> | 43 |
| 12.3.3. | Uji Normalitas | 44 |
| 12.3.4. | Uji Linearitas | 45 |
| 12.3.5. | Uji Korelasi | 46 |
| 12.3.6. | Uji Hipotesis | 46 |
| 12.4. | Pembahasan..... | 49 |
| 12.5. | Keterbatasan Penelitian | 52 |
| BAB V | | 53 |
| KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN | | 53 |
| 13.1. | Kesimpulan | 53 |
| 13.2. | Implikasi | 53 |
| 13.3. | Saran | 54 |
| 13.3.1. | Remaja akhir yang menggunakan <i>instagram</i> | 54 |
| 13.3.2. | Peneliti selanjutnya | 54 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 55 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|---|
| Gambar 1.1 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia (Menurut <i>We Are Sosial</i> , 2017)..... | 2 |
|--|---|

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 3.1 Skoring <i>The Satisfaction with Life Scale</i> | 30 |
| Tabel 3.2 <i>Blueprint Single Item The Riverside Life satisfaction Scale</i> | 30 |
| Tabel 3.3 <i>Skoring Scale for Iowa Netherlands Comparison Orientation Measure</i> ... | 31 |
| Tabel 3.4 <i>Blue Print Skala Social Comparison</i> | 31 |
| Tabel 3.5 Kaidah Realibilitas oleh <i>Guildford</i> | 33 |
| Tabel 3.6 Hasil Validitas Uji Coba Instrumen <i>Life satisfaction</i> | 33 |
| Tabel 3.7 Koefisien Reliabilitas <i>item skala Life satisfaction</i> | 33 |
| Tabel 3.8 <i>Blue Print Single Item The Riverside Life satisfaction Scale</i> | 34 |
| Tabel 3.9 Hasil Validitas Uji Coba Instrumen <i>Social comparison</i> | 34 |
| Tabel 3.10 Hasil Reliabilitas Instrumen <i>Social comparison</i> | 35 |
| Tabel 3.11 <i>Blue Print Skala Social comparison</i> | 35 |
| Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Usia | 38 |
| Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 39 |
| Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pulau Jawa | 39 |
| Tabel 4.4 Distribusi Deskriptif <i>Social Comparison</i> | 42 |
| Tabel 4.5 Kategori Skor <i>Social Comparison</i> | 43 |
| Tabel 4.6 Distribusi Deskriptif Variabel <i>Life satisfaction</i> | 43 |
| Tabel 4.7 Kategorisasi Skor <i>Life satisfaction</i> | 44 |
| Tabel 4.8 Distribusi Deskriptif Variabel <i>Life satisfaction</i> | 45 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Asumsi Linearitas | 45 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Korelasi | 46 |
| Tabel 4.11 Data Uji Signifikansi <i>Social comparison Ability</i> | 47 |
| Tabel 4.12 <i>Model Summary Social comparison dengan Life satisfaction</i> | 47 |
| Tabel 4.13 Uji Persamaan Koefisien Regresi | 48 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | | |
|-------------|--|----|
| Lampiran 1 | Analisis Data Instrumen <i>Life Satisfaction</i> | 59 |
| Lampiran 2 | Analisa Data Instrumen <i>Social Comparison</i> | 60 |
| Lampiran 3 | Output Uji Coba..... | 61 |
| Lampiran 4 | Output Hasil Deskriptif..... | 65 |
| Lampiran 5 | Uji Normalitas..... | 67 |
| Lampiran 6 | Uji Korelasi..... | 70 |
| Lampiran 7 | Uji Linearitas..... | 71 |
| Lampiran 8 | Uji Hipotesis..... | 71 |
| Lampiran 9 | Responden Uji Coba <i>Social Comparison</i> | 73 |
| Lampiran 10 | Responden Uji Coba <i>Life Satisfaction</i> | 73 |
| Lampiran 11 | Instrumen <i>Life Satisfaction</i> | 73 |
| Lampiran 12 | Instrumen <i>Social Comparison</i> | 73 |
| Lampiran 9 | Surat Pernyataan <i>Expert Judgement</i> | 74 |

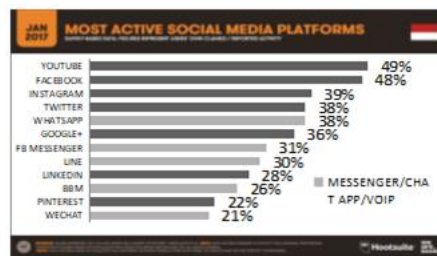
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin maju membuat seseorang menjadi lebih mudah untuk melakukan komunikasi yang dilakukan secara praktis, salah satunya adalah dengan menggunakan media internet. Internet merupakan tempat dimana seseorang dapat melakukan komunikasi langsung secara *online* melalui email, chat, dan media sosial lainnya (Sidarta, 1996). Menurut Wilga, Nunung, dan Meilanny (2016) media sosial adalah suatu media informasi yang dapat digunakan oleh penggunanya untuk melakukan interaksi sosial dengan mudah, serta dapat berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan suatu konten di jejaring sosial. Kondisi ini dapat mengajak seseorang untuk memberikan umpan balik dengan memberikan komentar, *likes*, dan tentunya memberikan suatu informasi dalam waktu yang cepat serta tidak terbatas (Wilga, et. Al, 2016).

Survey menunjukan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 143, 26 juta jiwa, dari keseluruhan pengguna internet yang ada di Indonesia (APJII, 2017). Selain itu, APJII (2017) juga mengungkapkan bahwa pengguna internet Indonesia di dominasi di wilayah pulau jawa yaitu sebanyak 55,5%. Sementara di pulau jawa sendiri, provinsi jawa barat yang paling berkontribusi banyak dalam penggunaan internet, yakni sebanyak 16,6%. Berdasarkan hasil survei tersebut, *ditemukan* bahwa persentase tertinggi dari pengguna internet ada pada usia 19 – 34 tahun yaitu sebesar 49,52%. Tim *We Are Sosial* (2017) menemukan statistik pengguna sosial di Indonesia berdasarkan fakta sebagai berikut (gambar 1):



Gambar 1.1 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia (Menurut *We Are Sosial*, 2017)

Dari data di atas dapat dilihat bahwa aplikasi yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah youtube, facebook, dan *instagram*. Terdapat satu media sosial visual yang fokus untuk memperlihatkan suatu gambar dalam bentuk foto dan video, yaitu *instagram*. *Instagram* merupakan media sosial berupa visual, yang dapat memperlihatkan unggahan foto atau video pada pengguna *instagram*, dimana penggunaannya mampu memberikan sentuhan artistik pada gambar dan video di *instagram* (Golbeck, 2015). *Instagram* merupakan aplikasi yang memungkinkan penggunaannya mengambil foto, kemudian menerapkan suatu filter digital, lalu membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial lainnya, termasuk *instagram* (Putra, 2015). *Instagram* merupakan aplikasi yang paling banyak diakses oleh remaja saat ini dibandingkan aplikasi lainnya (Mulyani, 2017).

Menurut Perserikatan Bangsa-bangsa (PBB) pada tahun 1985 menetapkan rentang usia remaja berada pada 15 sampai 24 tahun (Infodatin, 2015). Santrock (2007) mengatakan bahwa masa remaja ada pada rentang usia 12 sampai 23 tahun. Monks (dalam Suwito, 2013) menyatakan bahwa masa remaja atau bisa disebut adolensi berasal dari bahasa latin *adolescence* dan *adults* yang berarti menjadi dewasa atau perkembangan menjadi dewasa. Pada masa ini remaja seharusnya sudah memiliki kemampuan kontrol diri untuk bertindak laku dalam bersosial sehingga perilaku tersebut dapat dipertanggungjawabkan, (Santrock, 2007) termasuk bijak dalam melakukan media sosial.

Ditemukan penelitian yang dilakukan oleh Mulyani, Lestari, & Puspitawati (2008) bahwa aktivitas yang paling banyak dilakukan oleh remaja dalam menggunakan *instagram* salah satunya adalah mengunggah foto atau video. Dalam

penelitian tersebut diketahui bahwa kegiatan remaja dalam menggunakan *instagram* adalah mengeksplor, melihat foto atau video dari teman atau pengguna lain, memantau kegiatan teman, melihat postingan yang sesuai dengan hobi atau kesukaan, dan melihat unduhan artis yang terkenal, dan memberikan *likess* pada postingan yang di unggah oleh orang lain (Mulyani, Mikarsa, & Puspitawati, 2018).

Pengunggah foto yang ada di *instagram* memiliki tujuan agar mereka bisa dilihat dan dikenal oleh orang lain, sehingga semakin unik nya seseorang membuat suatu konten di *instagram*, individu tersebut dapat menjadi terkenal. Dapat dikatakan bahwa seseorang yang menggunakan *instagram* kemudian mengunggah foto atau video, tujuannya adalah agar individu bisa menjadi lebih dilihat, dikenal atau terkenal oleh orang lain (Manampiring, 2015). Karena berdasarkan fenomena yang terjadi saat ini, banyak sekali orang yang berada di kalangan “orang biasa”, dan bukan di dunia entertainment, tetapi mereka dapat terkenal di sosial media. Fuhrman (1990) mengatakan popularitas seorang remaja akan dapat mudah diterima oleh teman sebayanya dan akan memperkuat kedudukannya dalam kelompok teman sebaya (Pohan, 2005). Pembahasan di atas mengatakan bahwa *Instagram* merupakan suatu media, dimana bentuk tolak ukur seseorang akan dapat diterima oleh lingkungan sosial apabila dilihat dari popularitas seseorang di media sosial, juga bagaimana sikap dan hubungannya dalam berteman dengan teman-temannya melalui media sosial.

Cramer & Inkster (2017) mendapatkan sejumlah data yang menyatakan bahwa *instagram* merupakan jaringan media sosial yang terburuk untuk kesehatan mental dan kepuasan remaja. Hal tersebut disebabkan karena seseorang selalu memperlihatkan sisi terbaik nya di *instagram*, dimana pengguna *instagram* akan terus fokus memperlihatkan kesejahteraan hidupnya, sehingga dapat memicu tekanan psikologis pada seseorang, karena adanya kepuasan hidup yang tidak sesuai dengan keinginan. Krasnova, et. Al (2013) menemukan juga penyebab dari penggunaan *instagram*, yang menyatakan bahwa terdapat suatu reaksi emosi negatif dari seseorang, yang berupa iri

hati saat melihat sebuah posting (berupa foto) dan hal tersebut mempengaruhi *life satisfaction* individu tersebut.

Life satisfaction merupakan suatu dimensi kognitif dari “*Subjective Well-being*” yang meliputi evaluasi kognitif yang berkaitan dengan kehidupan seseorang (Diener & Suh, 1997). Hurlock (1980) menjelaskan bahwa *life satisfaction* merupakan kemampuan seseorang untuk menikmati pengalaman-pengalaman yang disertai dengan tingkat kegembiraan. Shin dan Johnson (1978), juga mengatakan apabila penilaian mengenai kehidupan seseorang dilakukan berdasarkan standar kriteria individu tersebut, sehingga *life satisfaction* seseorang tersebut tentunya memiliki patokan pada kepercayaan atau sikap individu dalam menilai kehidupannya (Schimmack dalam Eid & Larsen, 2008).

Veenhoven (2012) menyatakan bahwa *life-satisfaction* adalah suatu evaluasi terhadap diri sendiri yang menentukan kualitas hidup diri sendiri, serta menilai apakah individu sudah merasakan kepuasan terhadap kehidupannya atau belum. Veenhoven (2012) menyatakan bahwa individu yang sudah memiliki kehidupan baik belum tentu merasakan kepuasan dalam hidupnya, dan orang yang dianggap tidak memiliki kehidupan yang baik juga bisa saja sudah merasakan kepuasan terhadap hidupnya. Hal itu tentu dilihat dari bagaimana seseorang memberikan suatu evaluasi tentang aspek apa yang dapat membuat seseorang tersebut bahagia dan tidak bahagia. Civitci dan Civitci (2015), menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi individu sehingga memiliki *life satisfaction* yang tinggi atau rendah disebabkan karena seringnya melakukan *social comparison* kepada orang lain.

Menurut Diener dan Fujita (1997), *social comparison* berfungsi untuk menunjukkan sebuah perbedaan dari individu, apakah seseorang membuat perbandingan sosial yang secara positif atau negatif. Perilaku *social comparison* yang sering dilakukan seseorang cenderung memiliki pengaruh dan konsekuensi (Buunk & Gibbons, 2006). Konsekuensi itu membuat seseorang menjadi memiliki kepuasan yang rendah terhadap harga diri, optimisme, depresi, kecemasan sosial, neurotisme, dan peningkatan pengaruh negatif (Gibbons & Buunk, 1999).

Belakangan ini juga terdapat studi yang mengkaji mengenai banyaknya individu menggunakan jejaring sosial *instagram* dan melakukan *social comparison*, seperti adanya studi yang dilakukan oleh Lin dan Uts (2015) yang menemukan bahwa perasaan iri dan tidak puas di jejaring sosial disebabkan oleh perbandingan sosial.

Peneliti juga melakukan sebuah *preliminary study* mengenai *social comparison* yang dilakukan individu di *instagram*. *Preliminary* ini dilakukan untuk mencari tahu apakah seseorang yang menggunakan *instagram* senang melakukan *social comparison* lewat *instagram* nya apabila individu tersebut mengunggah foto atau videonya lewat *instagram*. Dari data *preliminary study* tersebut, ditemukan bahwa 78% (persen) atau sebanyak 156 orang pernah membandingkan diri mereka lewat *instagram* seseorang, sementara 22% (persen) atau 44 orang tidak pernah membandingkan diri mereka lewat *instagram*. Dalam pertanyaan tersebut, peneliti memberikan sebuah contoh *social comparison* kepada orang lain tersebut berupa;

Membandingkan fisik, membandingkan kesenangan yang dilakukan seperti berjalan-jalan, perbandingan keahlian, foto-foto yang dianggap lebih baik, perbandingann sifat, perbandingan feeds *instagram*, perbandingan jumlah *followers*, membandingkan *outfit* yang digunakan pengguna *instagram*, serta perbandingan mengenai jumlah *likes* dan komentar yang lebih banyak. *Preliminary* yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan membuat pernyataan yang dapat diisi melalui akun *instagram* secara terbuka oleh pengguna *instagram* yang lainnya. Pernyataan yang ada pada *preliminary study* tersebut yaitu, “apakah kamu pernah membandingkan diri dengan orang lain melalui *instagram*?”

Dari pemaparan diatas, terdapat hasil yang diharapkan bahwa perbandingan sosial dapat berpengaruh terhadap kepuasan hidup individu, karena manusia seringkali mengevaluasi kehidupan mereka sendiri dengan membandingkan kondisi mereka dengan kondisi orang lain. Maka dengan kata lain, apabila seseorang mengevaluasi kehidupan sosial mereka secara positif sesuai dengan standar sosial, mereka akan mendapatkan *life satisfaction* yang positif (Diener & Fujita, 1997), sedangkan apabila seseorang yang mengevaluasi dirinya secara negatif akan

menyebabkan seseorang akan mendapatkan *life satisfaction* yang rendah, sehingga dapat memicu munculnya depresi (Swallow & Kuiper, 1998).

Oleh sebab itu, pembahasan yang telah diuraikan diatas mengenai hal tersebut, menjadi awal dari ketertarikan penulis untuk melihat lebih dalam terhadap permasalahan yang muncul dari aktivitas penggunaan *instagram* tentang pengaruh antara *life satisfaction* terhadap *social comparison* pada remaja akhir yang menggunakan *Instagram*. Subjek yang dipilih oleh peneliti adalah remaja akhir, karena berdasarkan salah satu ciri-ciri remaja menurut Wattenberg (dalam Al-Mighwar, 2006) adalah remaja akhir memiliki ketidakstabilan pada emosinya, dan memiliki kontrol diri yang belum stabil. Serta dari data yang telah diuraikan, bahwa usia yang paling banyak menggunakan *instagram* adalah usia remaja akhir.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka masalah yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.2.1.** Bagaimana pengaruh antara *Social comparison* terhadap *life satisfaction* pada remaja akhir yang menggunakan *instagram*
- 1.2.2.** Bagaimana gambaran *life satisfaction* dan *social comparison* pada remaja akhir yang menggunakan *instagram*
- 1.2.3.** Apa dampak yang di timbulkan oleh *social comparison* terhadap *life satisfaction* pada remaja akhir yang menggunakan *instagram*

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah diurikan diatas, penulis membuat batasan masalah agar penelitian ini lebih fokus dan terarah. Fokus pada penelitian ini adalah mengenai pengaruh *social comparison* pengguna *instagram* terhadap *life satisfaction* remaja akhir.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, rumusan masalah tersebut kemudian dirincikan sebagai berikut:

Apakah terdapat pengaruh antara *life satisfaction* terhadap *social comparison* pada remaja akhir yang menggunakan *Instagram*.

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan *Instagram* terhadap *life satisfaction* pada remaja akhir ketika melakukan *social comparison*.

1.6. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1.6.1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk remaja akhir yang menggunakan *Instagram* agar dapat lebih bijak dalam menggunakan *instagram*, dan remaja yang merasa tidak puas dengan kehidupan menjadi sadar bahwa dengan melakukan perbandingan lewat *media* sosial bukan lah suatu hal penentu dari kebahagiaan pada setiap individu.

1.6.2. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritik dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ilmu Psikologi sosial terkait pengaruh *social comparison* bagi remaja akhir yang menggunakan *instagram* terhadap *life satisfaction*. Sebagai sarana ilmu pengetahuan untuk berbagai pihak masyarakat yang membutuhkan. Serta berguna sebagai rujukan akademis untuk mahasiswa yang akan membahas topik yang sama

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori *Life satisfaction*

2.1.1. Definisi *Life satisfaction*

Life satisfaction merupakan suatu komponen yang berasal dari *Subjective Well-being* (Lasrsen & Eid, 2008; Diener, Napa-Scollon, Oishi, Dzokoto, & Suh, 1997). *Life satisfaction* merupakan suatu peranan penting yang dapat membentuk *well-being* manusia (morrison, Tay, & Diener, 2010), sehingga seseorang menjadi sering melakukan evaluasi terhadap diri mereka untuk mengetahui komponen positif apa yang terlihat pada diri individu tersebut (Cadinu & Rothbart, 1996; Clement & Krueger, 1998; De Vries, 2003).

Menurut Diener (2008), *Subjective Well-being* sangat lah penting untuk seseorang karena kebahagiaan dan kepuasan hidup sangatlah dibutuhkan oleh manusia agar dapat memiliki kesehatan mental yang baik. Tujuan manusia untuk mencapai kebahagiaan dalam hidup juga hampir universal. Seperti tujuan untuk mendapatkan uang, mendapatkan kehidupan sosial yang baik, dan masih banyak lagi, sehingga *life satisfaction* di konseptualisasikan sebagai penilaian evaluatif yang dilakukan oleh seseorang mengenai seberapa memuaskan hasil yang sudah dicapai oleh seseorang dalam kehidupannya secara menyeluruh (Diener, Diener, 2008).

Diener (2008) juga menyimpulkan apabila seseorang menginginkan kebahagiaan dalam hidupnya, maka mereka harus memiliki hubungan sosial yang baik. Setiap individu tentunya akan selalu memberikan evaluasi terhadap diri mereka sendiri, apakah dirinya sudah merasakan kepuasan didalam hidupnya atas pencapaian yang ia lakukan selama hidup atau belum merasakan kepuasan hidup.

Veenhoven (2012) menyatakan bahwa *life-satisfaction* adalah suatu evaluasi terhadap diri sendiri yang menentukan kualitas hidup diri sendiri, serta menilai apakah individu sudah merasakan kepuasan terhadap kehidupannya atau belum. Veenhoven (2012) menyatakan bahwa individu yang sudah memiliki kehidupan baik belum tentu merasakan kepuasan dalam hidupnya, dan orang yang dianggap tidak memiliki kehidupan yang baik juga bisa saja sudah merasakan kepuasan terhadap hidupnya. Hal itu tentu dilihat dari bagaimana seseorang memberikan suatu evaluasi tentang aspek apa yang dapat membuat seseorang tersebut bahagia dan tidak bahagia.

Ed Diener dan Pavot (1993) juga mengungkapkan bahwa *life satisfaction* seseorang merupakan suatu bentuk evaluasi dari keseluruhan terhadap perasaan dan sikap dari kehidupan. Kemudian Diener (1984) berpendapat bahwa seseorang harus mengetahui aspek apa yang membuat dirinya bisa mencapai kepuasan hidup yang baik secara kognitif dan menyeluruh. Diener, Emmons, Larsen, Lucas & Griffin (1985) menyatakan bahwa *life satisfaction* itu mengacu pada penilaian kognitif yang dilakukan seseorang mengenai kehidupan orang lain dengan melakukan perbandingan sosial, hal tersebut merupakan suatu komponen yang menyebabkan seseorang memberikan evaluasi terhadap diri secara positif maupun negatif (Hwang, 2014). Rubin dan Rubin (1992) menemukan bahwa seseorang yang memiliki *life satisfaction* yang baik, cenderung merasakan kesenangan, kasih sayang, dan relaksasi jika melakukan komunikasi dengan orang lain (Hwang, Yoosun, 2014).

Teori yang digunakan untuk variabel *life satisfaction* pada penelitian ini adalah menggunakan teori dari Diener dkk. (1993), karena dalam aspek-aspek yang disebutkan oleh tokoh tersebut sesuai dengan kebutuhan pada penelitian ini yang ingin meneliti mengenai pengaruh *social comparison* terhadap *life satisfaction*.

2.1.2. Aspek-aspek *Life satisfaction*

Menurut Huebner (2004) terdapat ukuran model kepuasan hidup yaitu *unidimensional* dan *multidimensional*. Pengukuran *unidimensional* mengungkapkan kepuasan hidup dengan cara memberikan kebebasan seseorang untuk menggunakan kriteria yang dipilih yaitu dengan melihat kepuasan hidup secara keseluruhan.

Sebagai contohnya, aspek-aspek *life satisfaction* menurut Diener dan Biswas-Diener (2008) yang dibahas dalam jurnal *Subjective Well-being: Three Decades of Progress* (1999) mengenai ukuran kepuasan hidup secara global, yaitu:

a. Keinginan untuk merubah Kehidupan

Ketika seseorang merasa pengalaman pada dirinya belum baik, sehingga membuat seorang individu memiliki keinginan agar dirinya bisa menjadi lebih baik dari sebelumnya. Untuk memiliki kepuasan hidup yang ingin dicapai, maka aspek yang membuat seseorang ingin berubah yaitu kesehatan, ekonomi, dan kompetensi.

b. Kepuasan Terhadap Masa Kini

Pada aspek yang kedua merupakan suatu hal yang sedang terjadi pada diri seseorang, apakah dirinya telah merasa puas terhadap hidupnya, apakah kehidupan yang sedang dijalani merupakan hal yang sesuai dengan keinginan sehingga dirinya sudah memiliki *life satisfaction* yang baik.

c. Kepuasan Terhadap Masa Lalu

Aspek *life satisfaction* yang ketiga ini merupakan hal yang menandakan bahwa kehidupan masa lalu seseorang tersebut tidak ada yang disesali serta sudah menyelesaikan segala permasalahan pada seseorang. Maka evaluasi diri pada suatu permasalahan untuk masa kini juga akan membuat *life satisfaction* seseorang menjadi lebih positif.

d. Kepuasan Terhadap Masa Yang akan Datang

Ketika seseorang yang sudah memiliki *life satisfaction* dimasa lalu dan masa sekarang, seseorang akan memiliki optimisme terhadap kehidupan di masa depan, apakah individu memiliki sebuah keinginan dan kepuasan terhadap masa yang akan datang sehingga individu tersebut memiliki tujuan yang jelas

e. Pandangan Orang Lain terhadap kehidupan

Suatu pandangan atau penilaian yang diberikan oleh orang lain merupakan suatu aspek yang paling memengaruhi *life-satisfaction* seseorang. Karena sering kali diri seseorang mendengarkan apapun pendapat yang diberikan oleh orang

lain. Sedangkan model pengukuran multidimensional, yaitu individu dituntut untuk melakukan evaluasi atas kehidupannya pada dimensi-dimensi yang dianggap penting oleh peneliti (Huebner, 2004).

2.1.3. Faktor-faktor yang memengaruhi *Life satisfaction*

Faktor-faktor yang mempengaruhi *life satisfaction* pada seseorang menurut Diener & Ryan (2015) antara lain:

a. Jenis Pekerjaan

Menurut Hurlock (1980) semakin rutin sifat pekerjaan, semakin sedikit kesempatan untuk otomi dalam pekerjaan, yang menyebabkan semakin berkurangnya kepuasan hidup. Individu yang menikmati pekerjaannya dianggap memiliki kepuasan hidup yang tinggi, dimana kepuasan tersebut berpengaruh terhadap peningkatan kreativitas, produktivitas, dan dapat meningkatkan hasil kerjanya.

b. Status Kerja

Faktor dari status pekerjaan ini dapat memengaruhi *life satisfaction*, karena jika seseorang menyukai pekerjaannya, maka itu akan membuat pada suasana hati, emosi, dan *well-being* seseorang. Orang yang memiliki kepuasan kerja yang baik maka akan puas dengan kehidupannya. Ada banyak bukti yang menyatakan bahwa kepuasan hidup memiliki hubungan mengenai status pekerjaan atau penghasilan yang didapat oleh seseorang (Diener, dalam Hubungan antara *Self-Monitoring* dengan kepuasan hidup pada remaja, 2009).

c. Usia

Bradburn & Caplovitz (1965) mendapatkan temuan mengenai usia individu berpengaruh terhadap kepuasan hidup seseorang. Usia yang lebih muda lebih merasakan *life satisfaction* yang bahagia ketimbang usia lanjut. Berbagai penelitian yang beragam, sejumlah penelitian menemukan bahwa

d. Pernikahan dan keluarga

Keluarga merupakan hal terpenting dari pembentukan kepribadian seseorang. Pada saat remaja seseorang akan banyak melakukan suatu aktivitasnya dengan

teman sebaya, sehingga hal tersebut akan memengaruhi kedekatan remaja dengan keluarga. Keluarga merupakan faktor penting bagi remaja, karena orang tua cenderung akan memberikan suatu persuasi dan penalaran pada seorang anak, memberikan afeksi kepada anak bisa memiliki *self-esteem* yang tinggi.

e. Kepercayaan

Carl Jung (1963) mengatakan bahwa seorang manusia harus memiliki keyakinan agar individu tidak merasakan kesia-siaan, tanpa tujuan, tanpa arti. Individu yang kehilangan akan kepercayaan akan kehilangan pondasi-pondasi kepribadian (Jung, 1963). Agama atau kepercayaan dapat memberikan tujuan dan makna hidup, sehingga seorang individu dapat mensyukuri segala kegagalan, memberikan komunitas yang supportif, dan memberikan peringatan serta pemahaman mengenai kematian.

f. Keuangan/penghasilan

Dalam hal ini, keuangan yang dibawah rata-rata dapat menyebabkan individu merasa tidak bahagia. Karena penghasilan memiliki hubungan yang lemah dengan kebahagiaan individu (Diener & Seligman, 2002).

g. Pernikahan

Penelitian Diener (2009) menemukan bahwa individu yang telah menikah memiliki *Subjective Well-being* yang tinggi dibandingkan individu yang belum menikah. Hubungan romantis individu merupakan suatu sumber kebahagiaan meskipun terkadang hubungan romantis juga dapat menimbulkan keadaan stress (Weiten & Lloyd, 2006)

h. Hubungan Sosial

Hubungan sosial individu yang memiliki kedekatan dengan orang lain dan memiliki kerabat yang dapat supportif mengenai segala suatu hal yang terjadi dalam kehidupannya, akan memiliki dampak yang signifikan terhadap *life satisfaction* seseorang. Namun apabila seseorang mengalami kehilangan orang yang disayangi, pernah dikecewakan orang kerabatnya, maka individu tersebut akan menjadi tidak puas akan kehidupannya. Ketika seseorang pernah memiliki

ketidak puasan terhadap dirinya, serta merasa kecewa dengan dirinya, individu akan membutuhkan waktu untuk kembali memberikan evaluasi positif terhadap dirinya (Diener, 2009).

2.2. Teori *Social comparison*

2.2.1. Definisi *Social comparison*

Teori *social comparison* pertama kali disusun oleh psikologi Leon Fettinger pada tahun 1954. Dia mempercayai bahwa individu terlibat pada proses *social comparison* untuk membangun suatu acuan untuk membuat evaluasi yang kurang akurat mengenai dirinya sendiri (Festinger, 1954). Teori dari *Social comparison* merupakan proses dimana individu dapat mengenali dirinya sendiri dengan cara mengevaluasi sikap, kemampuan, dan keyakinan mereka sendiri dengan cara membandingkan diri dengan orang lain (Tylka & Sabik, 2010). *Social comparison* dapat diarahkan keatas atau kebawah, meningkatkan diri sendiri, atau menghindari rasa malu (Suls & Wills, 1988).

Orang-orang yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi akan kehilangan minat untuk melakukan *social comparison* terhadap orang lain ketika mereka telah berhasil (Wood, 1989). Individu memiliki dorongan yang mendasar untuk melakukan *social comparison* terhadap diri nya dengan orang lain, sehingga itu menjadi sarana seseorang untuk melakukan evaluasi diri terhadap dirinya(Festinger, 1954), hal itu berupa membuat keputusan (Camerer & Lovallo, 1999) atau mencari inspirasi dari orang lain (Lockwood & Kunda, 1997). Menurut Festinger (1954) teori *social comparison* dapat dikatakan bahwa individu yang membandingkan diri nya dengan orang lain disebabkan karena individu membutuhkan standar eksternal untuk menilai pikiran atau pendapat, dan kemampuan yang tampaknya berbeda tetapi memiliki ikatan fungsional yang sama di antara keduanya.

Menurut Gibbons dan Buunk (1999), tujuan yang paling utama dalam perilaku *social comparison* adalah untuk mendapatkan informasi tentang diri invidu tersebut. Hal ini dapat membuat individu untuk mengetahui lebih dalam, mengkonfirmasi, ataupun menolak aspek identitas diri dengan membandingkan dirinya dengan orang

yang serupa maupun orang yang berbeda dengan mereka (Eyal & Te'eni-J-Harari, 2013). *Social comparison* sering kali dilakukan oleh diri individu dengan kelompoknya atau kelompok lain dari mulai status sosial, status ekonomi, kecantikan, karakter, dan sebagainya (Putri, 2018), sehingga konsekuensi dari perilaku tersebut menghasilkan penilaian sesuatu yang lebih baik atau buruk terhadap diri sendiri.

Adapun teori yang digunakan oleh penelitian ini menggunakan teori *social comparison* milik Festinger (1954).

2.2.2. Dimensi-dimensi *Social comparison*

Festinger (1954) membagi kedalam dua dimensi dalam melakukan *Social comparison*, yaitu; (1) Pendapat (*opinion*); (2) Kemampuan (*Ability*)

Pendapat (*opinion*) disini merupakan perbandingan dan pertimbangan diri sendiri mengenai orang lain yang bersifat pendapat dari diri sendiri mengenai apa yang mereka pikirkan dan mereka rasakan.

Kemampuan (*ability*) merupakan perbandingan dari diri individu dengan melihat apakah saja yang telah mereka dapatkan dari segi kompetensi, skills, atau popularitas.

2.2.3. Jenis-jenis *Social comparison*

Terdapat dua jenis *social comparison*, menurut Festinger (1954), yaitu; (1) *upward comparison*; (2) *downward comparison*.

Upward comparison atau perbandingan ke atas, merupakan perbandingan yang dilakukan oleh seseorang dengan individu lain yang pembandingnya dianggap lebih baik dari pada dirinya.

Downward comparison atau perbandingan ke bawah adalah perbandingan yang dilakukan oleh seseorang dengan objek pembanding yang dianggap lebih buruk dari pada dirinya.

2.2.4. Faktor yang memengaruhi *Social comparison*

Terdapat tiga faktor yang mendasari seseorang melakukan *social comparison*, yaitu; (1) evaluasi diri; (2) perbaikan diri; (3) peningkatan diri.

Evaluasi diri, merupakan suatu kumpulan informasi mengenai pengalaman hidup seseorang terhadap kedudukan, atribut, keterampilan dan harapan sosial. Festinger (1954) menyatakan bahwa setiap individu memiliki kecenderungan untuk melakukan perbandingan terhadap diri mereka dengan orang lain dan motif evaluasi diri.

Perbaikan diri, adalah motif *social comparison* untuk menjadikan orang lain menjadi lebih banyak belajar tentang kemampuan dirinya (Festinger, 1954), sehingga hal ini menjadi suatu alasan bagi seseorang untuk dapat menjadi individu yang lebih baik dari sebelumnya.

Peningkatan diri didefinisikan oleh Festinger (1954) secara eksplisit. Akan tetapi motif peningkatan diri dari perilaku *social comparison* yang dimaksud adalah untuk meningkatkan harga diri atau konsep diri individu, sehingga motif peningkatan diri bisa sangat bervariasi terkait fungsi dari konteks atau lingkungan dimana perbandingan itu terjadi (Gibbon & Buunk, 1999).

2.3. Remaja

2.3.1. Istilah Remaja

Remaja atau *adolescence* yang berasal dari bahasa Latin. *Adolescent* artinya adalah “tumbuh untuk mencapai kematangan” (Ali & Asrori, 2010). Menurut Hurlock (2003), remaja adalah masa peralihan manusia secara fisik dan psikologis dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa. Perubahan fisik pada remaja yang mencakup alat reproduksi pun sudah mengalami kematangan dan sudah dapat berfungsi dengan baik. Sering kali masa remaja diasosiasikan dengan masa dimana mereka sedang mengeksplorasi dan merencanakan masa depan atau mencari jati diri. (Seginer, Poole, & Nurmi, 1995). Pada masa remaja, perkembangan yang didefinisikan secara global berlangsung pada saat umur 12-21 tahun. Dengan pembagian usia 12-15 tahun adalah masa remaja awal, 15-18 tahun adalah masa remaja pertengahan, dan 18-21 tahun adalah masa remaja akhir (Monks, 2009).

2.3.2. Tahap Perkembangan Remaja

Sarwono (2006) menjelaskan dalam bukunya bahwa remaja berdasarkan definisi konseptual *World Health Organization* (WHO) remaja didefinisikan berdasarkan 3 (tiga) kriteria, yaitu: biologis, psikologis, dan sosial ekonomi (Sarwono, 2002). Sedangkan menurut Santrock (2009) remaja akan mengalami transisi dalam tiga aspek kehidupan yaitu (Santrock, 2009):

1. Perkembangan fisik

Pada tahap remaja, individu akan mengalami perkembangan fisik dan menunjukkan tanda-tanda perubahan biologis manusia sehingga terjadi nya kematangan seksual. Pubertas merupakan tanda akhir dari masa kanak-kanak dan merupakan awal penting memasuki masa remaja. Pubertas ditandai dengan peningkatan pada reproduksi seks, yang akan menyebabkan remaja mengalami perubahan fisik seperti peningkatan berat badan dan tinggi badan

2. Aspek kognitif

Remaja juga akan mengalami tahap perkembangan pada psikologis dan pola identifikasi dari kanak-kanak menjadi dewasa. Menurut teori perkembangan kognitif Piaget, remaja ada dalam tahap operasional formal. Dimana pada tahap tersebut, pemikiran remaja akan menjadi lebih abstrak dan mampu merekayasa berbagai situasi atau peristiwa yang berupa kemungkinan. Selain berpikir abstrak, remaja sudah dapat berpikir secara logis, dengan memecahkan masalahnya melalui *trial and error*. Remaja akan mulai mampu mengembangkan hipotesis untuk memecahkan masalah dengan langkah deduktif.

3. Aspek sosial-emosi

Remaja merupakan masa peralihan dari ketergantungan sosial ekonomi yang penuh kepada keadaan yang relatif lebih mandiri. Pada aspek ini remaja akan mengalami konflik psikologis vs. *crisis identity* atau krisis identitas. Sullivan (dalam Santrock, 2011) menyatakan bahwa kebutuhan intimasi meningkat di masa awal remaja untuk mencari teman atau sahabat. Selain kebutuhan intimasi, perubahan dalam aspek sosial emosi yang terjadi selama masa remaja juga terkait

dengan harga dirinya (Santrock, 2011). Harga diri ini merujuk pada evaluasi global mengenai diri seorang remaja, oleh karena itu, penelitian ini lebih menekankan pada aspek sosial emosi remaja.

2.4. Instagram

2.4.1. Definisi Instagram

Instagram adalah suatu jejaring sosial berbasis visual, yang dapat memberikan layanan bagi penggunanya untuk berbagi foto dan video secara *online*, dimana perangkat ini diluncurkan pada tahun 2010 (Dumas, Maxwell-smith, Davins, & Giuliatti, 2017). Kelompok usia yang umum menggunakan *instagram* adalah kaum muda berusia antara 18 sampai 29 tahun (Duggan & Smith, 2011). saat ini *instagram* memiliki lebih dari 500 juta pengguna bulanan aktif, dan 300 juta pengguna setiap hari, dan lebih dari 95 juta foto dan video di posting ke *instagram* per hari (www.instagram.com/press/). Hampir 25% dari foto yang di unggah di *instagram* fokus pada presentasi diri dan promosi dalam bentuk “*selfie*” (Hu & Kambhampati, 2014). Selain itu Sheldon dan Bryant (2016) mengidentifikasi bahwa seseorang yang menggunakan *instagram* yaitu untuk memantau kehidupan.

Instagram juga merupakan suatu aplikasi yang banyak digunakan dan sedang populer di kalangan remaja di Indonesia. *Instagram* adalah aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto yang memungkinkan penggunanya dapat mengambil foto, menerapkan filter/*effect* digital, dan membagikannya ke berbagai jaringan media sosial lainnya (Atmoko, 2012). Konsistensi *instagram* sendiri merupakan sebagai outlet untuk mengekspresikan diri, presentasi diri, dan manajemen kesan, sehingga orang-orang muda di *instagram* akan berfokus pada validasi atau perhatian melalui bentuk “*love*” (Dumas, Maxwell-smith, Davins, & Giuliatti, 2017).

Pada penggunaan aplikasi *instagram*, individu dapat mengunggah foto dan video ke dalam *feed* yang terdapat pada akun yang di miliki oleh penggunanya. Seseorang juga dapat melakukan *editing* pada foto dengan menggunakan *effect/filter* yang terdapat pada fitur *instagram*. Unggahan ini dapat di bagikan secara public dan pengguna lain dapat memberikan tanda *likes* atau suka pada postingan orang lain.

Selain itu, *instagram* juga memiliki fitur lain yang dapat diunggah lewat *story instagram*. Dimana seseorang bisa mengunggah video atau foto lewat *story* tersebut dengan menggunakan waktu selama 15 detik disetiap cerita yang diunggah, dan hanya bertahan selama 24 jam atau satu hari. Selain beberapa fitur yang sudah dijelaskan, di pembahasan selanjut nya akan dijelaskan juga beberapa fitur yang terdapat di *instagram*.

2.4.2. Fitur-fitur Instagram

Instagram kini memiliki banyak fitur yang lengkap dan selalu di minati oleh kalangan remaja di Indonesia, berikut fitur-fitur yang disebutkan oleh Betari (2014), yaitu:

- a) *Take photo* dan *video*, setiap orang dapat mengunggah video atau foto di *instagram*. Fitur ini juga dapat mengunggah lebih dari satu foto/video dalam setiap postingan dan maksimal adalah sebanyak sepuluh foto/video dalam setiap unggahan. Foto dan video ini dapat dibagikan ke aplikasi lain lewat *link* atau lainnya. Unggahan ini juga dapat ditambahkan suatu *caption* atau status dibawah foto/video yang telah di unggah oleh penggunanya.
- b) *Likes* dan Komentar, unggahan yang sudah di *posting* oleh seseorang dapat di berikan tanda *likes* atau suka. Fitur ini dapat dilakukan dengan memberikan *tap* 2x pada *postingan* atau menekan tanda *love* di samping kiri - bawah foto yang telah di unggah. Selain itu seseorang juga dapat memberikan komentar yang tertera pada kolom komentar pada setiap *postingan* yang telah di unggah.
- c) *Direct messages*, seseorang dapat melakukan komunikasi lewat *direct messages* atau DM. fitur ini hampir sama seperti fitur *chatting* lainnya, hanya saja *direct message* ini hanya dapat di lakukan dengan sesama pengguna *instagram*.
- d) *Explore*, ini merupakan fitur yang dapat menampilkan foto/video yang populer, jenis konten foto/video yang sering di sukai atau sejenis dengan pencarian yang dilakukan oleh penggunanya.
- e) *Instagram stories*, fitur *instagram stories* merupakan suatu fitur baru dimana penggunanya dapat mengekspresikan diri lewat foto atau video yang dilengkapi

dengan penunjang seperti teks dan filter-filter menarik lainnya. *Instagram stories* ini dapat dilihat oleh pengguna meskipun tidak saling mengikuti satu sama lain. Hal ini membuat seseorang bisa menciptakan *viewer* aktif pada unggahan lainnya. Fitur ini dapat diunggah lebih dari satu foto/video dalam sehari, dan hanya bertahan selama 24 jam. Seseorang juga bisa melakukan *talk active* dengan membalas unggahan cerita yang telah dibagikan oleh penggunanya.

2.4.3. Remaja dan *Instagram*

Instagram merupakan suatu jejaring sosial yang menyenangkan bagi remaja, karena hal ini dapat banyak memberikan kemudahan bagi remaja untuk tetap melakukan komunikasi dengan teman, dan orang lain untuk membagikan kesenangan yang sama (O'Keeffe & Pearson, 2011). Menurut temuan dari penelitian yang dilakukan O'Keeffe & Pearson (2011) remaja mengakses media sosial favourite mereka lebih dari sepuluh kali dalam sehari, dan lebih dari setengahnya mengakses media sosial lebih dari sekali.

Brooks (2015) menemukan penelitian bahwa remaja yang banyak menghabiskan waktunya untuk menggunakan *instagram*, memiliki tingkat stress yang tinggi dibandingkan dengan remaja yang hanya sedikit dalam menghabiskan waktunya untuk menggunakan *instagram*. Berdasarkan penelitian sebelumnya, media sosial merupakan media bagi remaja untuk memerlihatkan diri mereka (livingstone & Lievrouw, 2006). Sebagian remaja akan membuat tampilan foto yang menarik, sehingga dapat mencerminkan diri dan juga dikagumi oleh teman sebayanya. Hal ini dapat mendukung *self of belonging* pada remaja yang akan memengaruhi tingkat *life satisfaction* nya.

2.5. Dinamika Hubungan antara *Life satisfaction* dengan *Social comparison* pada Remaja Akhir yang menggunakan *Instagram*

Life satisfaction merupakan suatu hal yang dimiliki oleh seseorang. Tentunya semua orang akan melakukan suatu evaluasi terhadap dirinya mengenai pengalaman

yang akan membentuk *well-being* pada individu tersebut. *Life satisfaction* seseorang akan didapatkan melalui hubungan dengan keluarga, teman, lingkungan, sekolah, dan pekerjaan nya. Faktor penentu seseorang melakukan perbandingan sosial adalah keluarga, lingkungan, pekerjaan, dan sosial. Hubungan sosial dapat dilakukan melalui *instagram*. Sehingga *instagram* bisa menjadi tempat bagi individu untuk mendapatkan kepuasan pada dirinya, karena didalam *instagram* terdapat hubungan sosial.

Life satisfaction juga dipengaruhi oleh seseorang yang melakukan hubungan sosial, dan *life satisfaction* yang rendah dari seseorang disebabkan karena seringnya individu melakukan *social comparison* dengan orang lain yang ada disekitarnya. *Social comparison* yang dilakukan oleh seseorang tentu akan membuat dirinya menjadi tidak percaya diri dan terus menerus mencari tahu dirinya lewat orang lain. Hal tersebut membuat orang menjadid tidak puas terhadap dirinya. *Social comparison* juga saat ini sering dilakukan oleh remaja akhir di *instagram*. Maka penelitian ini diharapkan terdapat hasil yang mempengaruhi kepuasan hidup seseorang yang sering melakukan perbandingan sosial lewat *instagram* khususnya pada usia remaja akhir yang emosinya belum dapat stabil.

2.5.1. Kerangka Berfikir

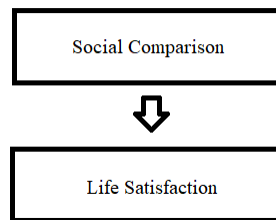
Pada era globalisasi saat ini banyak sekali cara yang lebih mudah bagi individu melakukan interaksi sosial dengan orang lain. Jejaring sosial di internet adalah tempat dimana seseorang dapat melakukan interaksi sosial. Ada tiga aplikasi jejaring sosial yang banyak sekali di gunakan oleh masyarakat khusus nya di Negara Indonesia, yaitu *youtube*, *facebook*, dan *instagram*. Namun dari ketiga jejaring sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat, terdapat satu jejaring sosial yang memiliki dampak negatif terhadap kesehatan mental seseorang khusus nya remaja, yaitu *Instagram*. Banyak penelitian yang menyebutkan bahwa *instagram* adalah jejaring sosial yang memengaruhi kesehatan mental remaja akhir, karena remaja akhir merupakan usia peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa, dimana usia

tersebut adalah usia yang rentan bagi seseorang mengalami gejala emosi yang mudah naik-turun.

Hal ini dukung oleh penelitian Becky (2017) yang menyatakan bahwa instagram merupakan aplikasi yang dapat menyebabkan terganggunya kesehatan mental remaja. Salah satu penyebab dari *instagram* adalah remaja menjadi tidak memiliki kepuasan terhadap hidupnya. Kepuasan hidup atau *life satisfaction* adalah evaluasi diri seseorang ketika telah mendapatkan suatu pencapaian, kemudian individu menilai apakah dirinya telah puas atau tidak atas pencapaian-pencapaian tersebut. Salah satu faktor yang mempengaruhi *life satisfaction* adalah penilaian atas orang lain (Diener, 1993). Faktor tersebut membuat seseorang menjadi melihat dan membandingkan dirinya dengan orang lain agar individu dapat mengevaluasi dirinya sendiri kemudian mendapatkan nilai sebagai individu yang lebih baik di mata orang lain.

Perilaku perbandingan terhadap orang lain atau *social comparison* adalah proses mencari tahu diri sendiri dengan melihat atau melakukan perbandingan sosial untuk mengevaluasi yang kurang akurat terhadap dirinya (Festinger, 1945). Seseorang yang melakukan *social comparison* dengan orang lain akan mempengaruhi emosi, pola pikir, dan *life satisfaction* seseorang. *Social comparison* yang dilakukan individu bias berdampak positif dan negatif. Dampak positif dari melakukan *social comparison* terhadap orang lain adalah, seseorang menjadi tahu titik mana yang kurang dari dirinya dan individu dapat merubah hal yang dirasa belum cukup baik. Namun apabila *social comparison* terlalu sering dilakukan oleh individu tentu akan berdampak negatif, yaitu menyebabkan kepuasan hidup seseorang menjadi rendah. Hal tersebut menyebabkan seluruh evaluasi diri terhadap diri sendiri selalu saja kurang dan tidak puas terhadap dirinya.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka peneliti ingin meneliti hubungan antara *life satisfaction* terhadap *social comparison* remaja akhir yang menggunakan *instagram*.



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Berfikir

2.5.2. Hipotesis

Berdasarkan uraian teoritis di atas, maka hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah

H₀: tidak terdapat pengaruh antara *life satisfaction* terhadap *social comparison* pada remaja akhir yang menggunakan *Instagram*.

H_a: terdapat pengaruh antara *life satisfaction* terhadap *social comparison* pada remaja akhir yang menggunakan *Instagram*.

2.5.3. Hasil Penelitian yang Relevan

Terdapat penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengenai variabel *life satisfaction* dan *social comparison*. Berikut merupakan penelitian yang relevan dengan penelitian ini, yaitu:

- a. Penelitian dengan judul “*#Comparison; An Examination of Social comparison Orientation on Instagram as it Relates to Self-esteem and State Anxiety*” ini diteliti oleh Alice C. Mullin pada tahun 2017. Penelitian ini bertujuan untuk menguji orientasi perbandingan sosial yang dilakukan di *Instagram* terkait harga diri dan kecemasan Negara. Penelitian ini menunjukkan bahwa *instagram* tidak merusak kesejahteraan mental. Namun eksperimen yang dilakukan oleh penelitian tersebut menemukan bahwa perbandingan sosial yang tinggi memiliki hubungan terhadap kecemasan.

Peserta yang menjadi responden penelitian ini adalah dewasa awal berjumlah 196 orang. Responden penelitian di minta untuk menyelesaikan skala pengukuran *social comparison*, *self-esteem*, dan kecemasan Negara

secara acak. Kemudian partisipan diperlihatkan foto selebriti dan non selebriti. Setelah itu, partisipan di uji coba dengan diberikan skala harga diri dan kecemasan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *instagram* tidak merusak kesehatan mental, namun *social comparison* memiliki hubungan dengan kecemasan. Dengan besarnya seseorang melakukan perbandingan sosial, maka kecemasan akan semakin besar, begitupun sebaliknya.

- b. Penelitian dengan judul “*Social comparison and Self-presentation on Sosial Media as Predictors as Depressive symptoms*” ini diteliti oleh Janel L. Uhlir pada tahun 2016. Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah seseorang merasa tertekan apabila mereka banyak menghabiskan waktu di media sosial, karena media sosial akan memaparkan sebuah gambar yang akan meningkatkan kepercayaan diri dari orang lain, sehingga hal tersebut dapat memberikan peluang bagi individu untuk melakukan perbandingan sosial negatif terhadap diri. Penelitian ini menggunakan skala *Iowa-Netherlands comparison Orientation Measure* untuk variabel *social comparison*.

Responden penelitian ini terdiri dari usia dewasa awal yang menggunakan *instagram*, sebanyak 200 partisipan. Teknik pengumpulan data dengan *random sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa menghabiskan waktu di media sosial cenderung berkorelasi dengan simptom-simtom depresi, yang disebabkan oleh *social comparison*. Hal ini karena, banyak pengguna media sosial termotivasi untuk memposting suatu konten yang dapat meningkatkan diri sendiri, dan dengan melihat suatu *feed* dari akun orang lain berpotensi menyebabkan perbandingan sosial dengan melihat gambar diri sendiri kemudian merasa lebih rendah dari pada orang lain.

- c. Penelitian dengan judul “Hubungan antara *social comparison* dengan kepuasan hidup pada wanita yang bekerja” ini diteliti oleh Bungalia Kencana Putri pada tahun 2018. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *social comparison* dengan kepuasan hidup wanita yang bekerja. Tipe penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan survey. Pengumpulan data

menggunakan skala *Iowa Netherlands Comparison Orientation Measure* (INCOM) untuk variabel *social comparison* dan *The Satisfaction with Life Scale* (SWLS) untuk variabel *life satisfaction*.

Sampel dalam penelitian ini adalah wanita dengan rentang umur 25-40 tahun, sebanyak 150 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social comparison* dengan kepuasan hidup memiliki hubungan yang linear, artinya terdapat hubungan yang negative antara *social comparison* dengan kepuasan hidup. Penelitian ini membuktikan bahwa salah satu factor yang menyebabkan adanya ketidakpuasan hidup pada wanita yang bekerja adalah karena melakukan *social comparison*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe pendekatan kuantitatif untuk menguji hipotesis yang akan ditemukan. Penelitian kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti populasi dan sampel (Sugiyono, 2011). Cresswell (2014) berpendapat bahwa penelitian kuantitatif merupakan suatu pendekatan untuk menguji teori objektif dengan menguji antar variabel. Metode penelitian kuantitatif dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian dan analisis data yang bersifat statistik. Tujuan penelitian kuantitatif juga adalah untuk menguji hipotesis yang ditentukan oleh peneliti.

Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel penelitian, yaitu *social comparison* sebagai variabel independen dan *life satisfaction* sebagai variabel dependen. Penelitian ini adalah tipe penelitian yang ingin melihat pengaruh antar variabel. Sehingga peneliti bertujuan untuk menjelaskan apakah pengaruh *social comparison* terhadap *life satisfaction* pada remaja akhir yang menggunakan *instagram*, dengan menggunakan butir-butir pertanyaan yang akan di tuangkan kedalam kuesioner.

3.2. Identifikasi dan Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu bentuk yang ditetapkan oleh seorang peneliti untuk mencari informasi untuk dipelajari lebih lanjut dengan mendapatkan suatu data sehingga dapat diperoleh informasi dan dapat ditarik kesimpulan dari suatu permasalahan tersebut (Sugiyono, 2017). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi; (1) variabel independen (bebas), dan (2) variabel dependen (terikat)

3.2.1. Variabel Independen

Variabel Independen adalah variabel stimulus atau biasa disebut dengan variabel bebas. Variabel independen merupakan variabel yang memengaruhi atau yang menjadikan sebab dari munculnya variabel dependen (Sugiyono, 2017). Variabel independen yang terdapat pada penelitian ini adalah *social comparison*.

3.2.2. Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel *output* biasa disebut sebagai variabel terikat. Variabel independen merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat yang dihasilkan karena adanya variabel independen atau variabel bebas (Sugiyono, 2017). Adapun variabel independen yang terdapat pada penelitian ini adalah *life satisfaction*.

3.3. Definisi Konseptual

3.3.1. Definisi Konseptual *Life satisfaction*

Menurut Ed Diener (1994) *Life satisfaction* merupakan suatu bentuk penilaian diri seseorang yang berasal dari pengalaman hidup. Penilaian diri yang dilakukan individu itu dapat berupa evaluasi diri secara positif maupun negatif terhadap dirinya. Seseorang yang memiliki *life satisfaction* yang baik berdasarkan persepsi individu akan merasakan kepuasan terhadap diri nya.

3.3.2. Definisi Konseptual *Social comparison*

Menurut Festinger (1954) *social comparison* adalah suatu bentuk perilaku individu dalam mencari informasi tentang diri nya, untuk mengkonfirmasi atau menolak aspek identitas diri dengan melakukan perbandingan sosial dengan orang lain agar membangun suatu acuan yang akurat mengenai dirinya sendiri.

3.4. Definisi Operasional

3.4.1. Definisi Operasional *Life satisfaction*

Life satisfaction adalah suatu evaluasi terhadap diri sendiri secara menyeluruh terhadap berbagai pengalaman hidup seseorang yang didasari dari kriteria-kriteria yang ditetapkan oleh diri sendiri, dengan aspek-aspek yang telah di sebutkan oleh

Diener (1999) seperti (a) Keinginan untuk merubah kehidupan, (b) Kepuasan terhadap kehidupan saat ini, (c) Kepuasan hidup di masa lalu, (d) Kepuasan terhadap kehidupan di masa mendatang, dan (e) Penilaian orang lain terhadap kehidupan seseorang. Aspek-aspek tersebut yang akan dapat mewakili setiap *item* dari skala *life satisfaction*. Maka, semakin tinggi *life satisfaction* yang diperoleh oleh individu, semakin rendah skor total yang diperoleh dari skala tersebut. Sebaliknya, jika semakin rendah *life satisfaction* seseorang, maka semakin tinggi skor total yang akan diperoleh individu dari skala tersebut.

3.4.2. Definisi Operasional *Social comparison*

Social comparison merupakan suatu bentuk perbandingan diri yang dilakukan oleh individu yang di fokuskan pada ranah pendapat dan kemampuan, serta bagaimana seseorang menilai orang lain untuk mencari tahu sebuah informasi untuk lebih mengenal diri sendiri dan melakukan evaluasi diri. *Social comparison* yang dilakukan seseorang menurut Festinger (1954) di dasari oleh motif utama, yaitu mengevaluasi diri. *Social comparison* yang dilakukan seseorang dibagi menjadi dua indikator, yaitu (1) Pendapat (*opinion*), dan (b) Kemampuan (*ability*). Semakin tinggi seseorang melakukan *social comparison* pada orang lain, maka semakin tinggi skor total yang akan diperoleh individu. Sebaliknya, semakin rendah seseorang melakukan *social comparison* pada orang lain, maka semakin rendah skor total yang akan diperoleh individu.

3.5. Populasi dan Sampel

3.5.1. Populasi

Populasi adalah sejumlah subyek penelitian dari suatu wilayah yang luas dan memiliki karakteristik tertentu (Rangkuti, 2015). Karakteristik dari populasi juga harus dapat di bedakan dari kelompok yang lain (Azwar, 2012) sehingga peneliti harus memilih terlebih dahulu populasi yang dibutuhkan untuk penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seorang remaja akhir berusia 18-21 tahun yang aktif menggunakan *Instagram*.

3.5.2. Sampel

Sampel adalah sejumlah bagian dari populasi yang memiliki karakter yang sama dengan populasi (Sugiyono, 2016). Menurut Hendryadi (2012) penentuan jumlah sampel yang layak untuk penelitian kuantitatif adalah sebanyak 30 sampai 500 sampel. Maka apabila peneliti sudah mendapat subjek sebanyak 400 orang remaja akhir yang menggunakan *instagram*, maka pengambilan data sudah dianggap selesai.

Pada penelitian ini, teknik yang akan dipilih dalam pengambilan sampel yaitu dengan menggunakan teknik *non-probability sampling*. Teknik yang akan digunakan oleh peneliti adalah *purposive sampling*, dimana sampel yang dipilih berdasarkan karakteristik yang dibutuhkan pada penelitian ini (Rangkuti, 2015). Adapun karakteristik dari penelitian ini akan dijelaskan pada pembahasan selanjutnya.

3.5.3. Karakteristik Sampel

Karakteristik sampel yang akan dipilih oleh peneliti berdasarkan latar belakang penelitian yang telah di paparkan diatas antara lain; pengguna *instagram*, remaja akhir perempuan dan laki-laki yang berusia 18-21 tahun.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan menggunakan angket atau kuesioner (*Questionnaires*). Kuisisioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan pada responden penelitian (Sugiyono, 2016). Teknik pengumpulan data merupakan data suatu cara yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data yang diteliti (Azwar, 2012). Skala yang digunakan untuk mengukur variabel *life satisfaction* yaitu *The Riverside Life satisfaction Scale* (RLSS) yang merupakan adaptasi dari skala milik Margolis, Schwitzgebel, Ozer, dan Lyubomirsky (2018). Skala yang diberikan pada penelitian ini terdiri dari skala untuk mengukur *social comparison* adalah adaptasi dari *Scoring Scale For Social comparison Orientation* (INCOM) dengan skala pengukuran yang digunakan adalah skala *Likesrt*. Skala *Likesrt* biasa digunakan untuk mengukur sikap,

pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial (Sugiyono, 2017).

3.6.1. Instrumen *Life satisfaction*

Instrumen *life satisfaction* dibuat untuk mengukur penilaian individu terhadap kepuasan hidupnya yang dimensinya di buat oleh Diener dkk. pada tahun 1999 yang dibahas dalam jurnal *Subjective Well-being: Three Decades of Progress* (1999). Dalam teori tersebut, Diener dkk. (1999) menyebutkan dimensi *life satisfaction* yaitu, keinginan merubah kehidupan, kepuasan terhadap masa kini, kepuasan terhadap masa lalu, kepuasan terhadap masa yang akan datang, dan pandangan orang lain terhadap kehidupan. Peneliti membuat indikator dari dimensi yang terdapat pada teori milik Diener dkk. (1999) sesuai dengan teori yang telah dijelaskan sebelumnya.

Pada variabel *life satisfaction* peneliti menggunakan skala *The Riverside Life satisfaction Scale* (RLSS) yang merupakan adaptasi dari alat ukur yang dibuat oleh Diener dkk. (1985) yang terdiri dari 5 *item*. Margolis, Schwitzgebel, Ozer, dan Lyubomirsky (2018) mengembangkan alat ukur RLSS bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai skala variabel *life satisfaction* milik Diener (1985). Hal tersebut disebabkan karena penelitian tentang *life satisfaction* saat ini berkembang sangat pesat, sehingga skala SWLS telah diterjemakan di seluruh dunia. Namun, setelah di terjemahkan di beberapa Negara, tampaknya skala SWLS memiliki fungsi dan hasil yang berbeda di setiap Negara. Selain itu, SWLS merupakan pengukuran multi-*item* dari variabel *life satisfaction*.

Sebagian besar penelitian membutuhkan suatu pengukuran multi-*item*, akan tetapi terdapat peneliti yang tidak selalu ingin menyertakan skala *multiple-item* (Margolis, et. Al., 2018). Maka dari itu, Margolis, dkk (2018) membuat skala *single-item* yang bertujuan untuk mengedepankan alat ukur baru yang dapat memperkuat *item-item* dari SLWS milik Diener (1985). Pada penelitian *A New Measure of Life satisfaction: Riverside Life satisfaction Scale* yang di lakukan oleh Margolis, dkk (2018) didapatkan hasil bahwa SWLS dan RLSS menunjukkan tingkat konsistensi internal yang hampir identic. RLSS juga memiliki koefisian reliabililtas yang tinggi.

Penjelasan Skoring dan *blueprint* skala *life satisfaction* dapat dilihat pada tabel 3.1 dan 3.2 berikut ini:

Tabel 3.1 Skoring *The Satisfaction with Life Scale*

| Kategori Jawaban | Skor |
|----------------------|------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 |
| Cukup Tidak Setuju | 2 |
| Sedikit Tidak Setuju | 3 |
| Netral | 4 |
| Sedikit Setuju | 5 |
| Cukup Setuju | 6 |
| Setuju | 7 |

Tabel 3.2 *Blueprint Single Item The Riverside Life satisfaction Scale*

| Variabel | <i>Favorable</i> | <i>Unfavorable</i> | Total |
|--------------------------|-------------------|-----------------------------|-------|
| | | 10,11,12,13,14,15, | |
| <i>Life satisfaction</i> | 1,2,3,4,5,6,7,8,9 | 16,17,18,19,20,21, 22,23 | 23 |

3.6.2. Instrumen *Social comparison*

Instrumen *social comparison* dirancang untuk melihat bagaimana keinginan individu dalam mengevaluasi diri mereka. Festinger (1954) membagi *social comparison* pada dua dimensi yaitu pendapat (*opinion*) dan kemampuan (*ability*). Gibbons, F.X. & Buunk pada tahun 1999 menyusun skala *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Scale Measure* (INCOM) dengan menggunakan dimensi yang dikemukakan oleh Festinger (1954).

Pada penelitian yang dilakukan Gibbons & Buunk (1999) *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure* didapatkan bahwa skala ini sangat baik untuk digunakan, karena realibilitas dari skala ini terbukti tinggi. Skala *social comparison*

dari Gibbons & Buunk (1999) terdiri dari 11 *item*, dengan berisi satu sampai lima pilihan jawaban.

Peneliti melakukan proses adaptasi alat ukur dengan menerjemahkan pada penerjemah ahli, kemudian dilakukan *expert judgment* dengan dosen yang sesuai dengan bidang tersebut, setelah itu peneliti menguji keterbacaan dengan lima remaja akhir yang menggunakan *instagram*.

Penjelasan Skoring dan *blueprint* skala *social comparison* dapat dilihat pada tabel 3.3 dan 3.4 berikut ini:

Tabel 3.3 Skoring Scale for Iowa Netherlands Comparison Orientation Measure

| Kategori Jawaban | Skor |
|---------------------|------|
| Sangat tidak setuju | 1 |
| Tidak setuju | 2 |
| Netral | 3 |
| Setuju | 4 |
| Sangat Setuju | 5 |

Penjelasan *blueprint* skala *social comparison* dapat dilihat pada tabel 3.04 berikut ini:

Tabel 3.4 Blue Print Skala Social Comparison

| DIMENSI | Indikator | Nomor Item | | Jumlah |
|---------------------------------|---|------------------|--------------------|--------|
| | | <i>Favorable</i> | <i>Unfavorable</i> | |
| Kemampuan (<i>ability</i>) | Melihat orang lain dari segi kompetensi, skills, atau popularitas | 1,2,5,8,9 | 10 | 6 |
| Pendapat (<i>opinion</i>) | Mempertimbangkan pendapat dari diri sendiri yang dipikirkan | 3,4,7,11 | 6 | 5 |

dan dirasakan

| Dimensi | 9 | 2 | 11 <i>item</i> |
|---------|---|---|----------------|
|---------|---|---|----------------|

3.7. Uji Coba Instrumen

Uji coba penelitian yang diberikan pada responden berbentuk kuisioner. Uji coba instrumen berfungsi untuk melihat validitas dan reliabilitas pada alat ukur yang digunakan sebelum dipakai kembali untuk data final penelitian. Uji validitas berfungsi untuk melihat apakah instrumen yang akan digunakan sudah mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji Reliabilitas berfungsi untuk melihat apakah *instrumen* yang dipakai memiliki konsistensi hasil ukur yang sama di setiap pengukuran pada variabel yang sama menggunakan SPSS 23.0 dan Microsoft Excel untuk instrumen *social comparison* untuk menguji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini.

Uji validitas menggunakan kriteria nilai r yaitu membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel.

1. Jika nilai r hitung $>$ nilai r tabel maka *item* dinyatakan valid dan dapat digunakan
2. Jika nilai r hitung $<$ nilai r tabel maka *item* dinyatakan tidak valid sehingga tidak dapat digunakan kembali.

Validitas konstruk pada butir *item* dilakukan dengan cara melihat koefisien korelasi tiap butir dengan skor total. Kemudian koefisien dibandingkan dengan nilai pada r tabel.

Menurut Rangkuti dan Wahyuni (2017) menjelaskan bahwa reliabilitas *instrumen* mengacu pada konsistensi atau keterpercayaan hasil ukur *instrumen* tersebut dan mengandung makna kecemasan pengukuran. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan interpretasi koefisien reliabilitas yang dikemukakan oleh Guilford pada tabel 3.5 berikut ini:

Tabel 3.5 Kaidah Realibilitas oleh *Guildford*

| Koefisien Reliabilitas | Kriteria |
|-------------------------------|-----------------|
| >0.9 | Sangat Tinggi |
| 0,7 – 0,9 | Tinggi |
| 0,4 – 0,7 | Sedang |
| 0,2 – 0,39 | Rendah |
| <0,2 | Sangat Rendah |

(Sumber: Rangkuti & Wahyuni, 2017)

3.7.1. Uji Coba Instrumen *Life satisfaction*

Skala *Life satisfaction* yang digunakan dalam penelitian ini termasuk ke dalam skala unidimensional. Skala unidimensional merupakan satu atribut yang perhitungan pada seluruh *item* dilakukan secara bersamaan. Karena instrumen ini hanya memiliki satu dimensi, maka peneliti langsung menghitung seluruh *item* yang terdapat pada instrumen *life satisfaction*. Jumlah responden uji coba pada alat ukur *life satisfaction* sebanyak 53 responden. Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas, peneliti mendapatkan hasil skor validitas dan reliabilitas. Hasil dari uji validitas dan reliabilitas dari instrumen *life satisfaction* adalah sebagai berikut (Tabel 3.6 dan Tabel 3.7):

Tabel 3.6 Hasil Validitas Uji Coba Instrumen *Life satisfaction*

| <i>N</i> | % | Interpretasi |
|----------|------|--------------|
| 53 | 100% | Valid |

(sumber: SPSS 23.0)

Tabel 3.7 Koefisien Reliabilitas *item* skala *Life satisfaction*

| Koefisien Reliabilitas | Kriteria |
|-------------------------------|-----------------|
| 0,845 | Tinggi |

(sumber: SPSS 23.0)

Berdasarkan data pada tabel 3.7, dapat dilihat bahwa skala *life satisfaction* memiliki nilai reliabilitas *item* sebesar 0,845 sehingga masuk dalam kategori “Tinggi” yang berarti instrumen tersebut bersifat konsisten.

Dengan demikian, seluruh *item* pada instrumen *life satisfaction* dapat digunakan untuk data lapangan. Penjelasan instrumen yang akan digunakan dapat di lihat pada tabel 3.8.

Tabel 3.8 Blue Print Single Item The Riverside Life satisfaction Scale

| Variabel | <i>Favorable</i> | <i>Unfavorable</i> | Total |
|--------------------------|-------------------|-----------------------------|-------|
| | | 10,11,12,13,14,15, | |
| <i>Life satisfaction</i> | 1,2,3,4,5,6,7,8,9 | 16,17,18,19,20,21, 22,23 | 23 |

(sumber: SPSS 23.0)

3.7.2. Uji Coba Instrumen *Social comparison*

Perhitungan uji coba validitas dan reliabilitas yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan menghitung validitas dan reliabilitas dengan cara membagi dua dimensi yang terdapat pada variabel *social comparison* yaitu *Ability* dan *Opinion*. Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas antar dimensi, peneliti menghitung menggunakan rumus perhitungan skor total reliabilitas dari skala tersebut. Berdasarkan hasil uji coba yang telah dilakukan, hasil menunjukkan bahwa tidak terdapat *item* yang gugur.

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas, maka di dapatkan skor dari tiap butir-butir soal. Hasil dari uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen *social comparison* dapat di lihat pada tabel 3.9 dan tabel 3.10

Tabel 3.9 Hasil Validitas Uji Coba Instrumen *Social comparison*

| <i>N</i> | % | Interpretasi |
|----------|------|--------------|
| 53 | 100% | Valid |

(sumber: SPSS 23.0)

Tabel 3.10 Hasil Reliabilitas Instrumen *Social comparison*

| Koefisien Reliabilitas | Kriteria |
|------------------------|----------|
| 0,821 | Tinggi |

Berdasarkan data pada tabel 3.10, dapat dilihat bahwa skala *social comparison* memiliki nilai reliabilitas *item* sebesar 0,821 sehingga masuk dalam kategori “Tinggi”.

Tabel 3.11 *Blue Print* Skala *Social comparison*

| Dimensi | Indikator | Nomor <i>Item</i> | | Jumlah |
|---------------------------------|---|-------------------|--------------------|-----------------------|
| | | <i>Favorable</i> | <i>Unfavorable</i> | |
| Kemampuan (<i>ability</i>) | Melihat orang lain dari segi kompetensi, skills, atau popularitas | 1,2,5,8,9 | 10 | 6 |
| | Mempertimbangkan pendapat dari diri sendiri yang dipikirkan dan dirasakan | 3,4,7,11 | 6 | 5 |
| Dimensi | | 9 | 2 | 11 <i>item</i> |

Dengan demikian, seluruh *item* pada instrumen *social comparison* dapat digunakan untuk data final. Penjelasan instrumen yang akan digunakan dapat di lihat pada tabel 3.11.

11.1. Analisis data

Analisis data diartikan sebagai upaya yang sudah tersedia di lakukan oleh peneliti dengan mendapatkan hasil data, kemudian di olah dengan statistik dan dapat di gunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Analisis data dapat didefinisikan sebagai cara untuk melakukan analisis terhadap data penelitian yang bertujuan untuk menjawab rumusan masalah penelitian (Sujarweni, 2018). Proses penganalisian data penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS 23.0. Maka, langkah-

langkah dalam analisis data yang akan di lakukan pada penelitian ini adalah; Uji normalitas, uji linearitas, uji korelasi, dan uji hipotesis, yang akan di jelaskan pada pembahasan berikut ini;

11.1.1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan merupakan ilmu statistika yang bertujuan untuk menguji apakah data sampel yang berasal dari populasi memiliki distribusi normal atau tidak (Rangkuti, 2015). Menurut Widhiarso (2001) nilai data dapat dikatakan normal apabila nilai absolut (D) atau $p\text{-value} > \alpha$ (0,05).

11.1.2. Uji Linearitas

Uji Linearitas dilakukan untuk melihat apakah terdapat hubungan antar variabel dependen dan independen. Jika nilai $p\text{-value} < \alpha$ (0,05) maka kedua variabel bersifat linier, sedangkan apabila nilai $p\text{-value} > \alpha$ (0,05) maka kedua variabel tidak linier.

11.1.3. Uji Korelasi

Uji korelasi adalah suatu teknik statistika inferensial untuk menguji adanya hubungan antar variabel. Uji korelasi dapat menunjukkan hubungan timbal balik antara variabel X dan variabel Y (Rangkuti, 2015). Besar atau tidaknya nilai korelasi dapat menunjukkan kuat atau tidaknya hubungan dari variabel X dan variabel Y. Indeks korelasi positif (+) dan negatif (-) dapat menunjukkan hubungan dari tiap variabel. Apabila indeks korelasi dari kedua variabel bersifat positif, maka hubungan antar dua variabel tersebut searah. Apabila salah satu variabel memiliki indeks negatif, maka kedua variabel memiliki tujuan yang berlawanan atau bertolak belakang (Rangkuti, 2015).

11.1.4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang dilakukan dengan melakukan analisis regresi berfungsi untuk mencapai tujuan-tujuan penelitian yang belum dapat diperoleh jika hanya dengan uji korelasi saja (Rangkuti, 2015). Apabila suatu variabel memiliki suatu hubungan dengan variabel yang lainnya, maka analisis penelitian dapat dilanjutkan

dengan melakukan analisis regresi untuk mengetahui bagaimana suatu prediksi suatu variabel terhadap variabel yang lainnya (Rangkuti, 2015).

11.2. Hipotesis Statistik

$$H_0: r=0$$

$$H_a: r \neq 0$$

Hipotesis Nol (H_0)

H_a : Terdapat pengaruh *social comparison* terhadap *life satisfaction* pada remaja akhir yang menggunakan *instagram*

H_0 : Tidak terdapat pengaruh *social comparison* terhadap *life satisfaction* pada remaja akhir yang menggunakan *instagram*

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

12.1. Gambaran Responden Penelitian

Setelah melakukan pengambilan data di lapangan, responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 536 orang. Berdasarkan hasil analisa data menggunakan SPSS 23.0, terdapat *outlier* yang di buang oleh peneliti karena memiliki hasil skor yang ekstrim, sehingga tidak dapat di gunakan dalam penelitian ini, sehingga total responden yang akan di analisis pada penelitian ini sejumlah 430 remaja akhir yang menggunakan *Instagram*.

Dalam penelitian ini, kriteria responden sudah ditentukan sebelumnya yaitu remaja akhir yang menggunakan *instagram* dengan rentang umur 18-21 tahun. Karakteristik responden dalam penelitian ini digambarkan dalam empat hal, yaitu berdasarkan usia, jenis kelamin, provinsi, dan pendidikan terakhir.

12.1.1. Gambaran penelitian berdasarkan usia

Berikut merupakan jumlah responden berdasarkan usia yang dapat di lihat dalam Tabel 4.1:

Tabel 4.1 Data Responden Bersasarkan Usia

| No | Usia | Jumlah | Persentase (%) |
|--------------|----------|------------|----------------|
| 1 | 18 tahun | 65 | 15,2% |
| 2 | 19 tahun | 109 | 25,3% |
| 3 | 20 tahun | 111 | 25,8% |
| 4 | 21 tahun | 145 | 33,7% |
| Total | | 430 | 100% |

Berdasarkan tabel 4.1 dapat di lihat bahwa responden dengan jumlah tertinggi terletak pada usia 21 tahun yang berjumlah 145 orang (33,7%). Sementara responden dengan jumlah terendah terletak pada usia 18 tahun yang berjumlah 65 orang (15,2%).

12.1.2. Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambaran subjek penelitian berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel 4.2 di bawah ini:

Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| No | Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase (%) |
|--------------|---------------|------------|----------------|
| 1 | Laki-laki | 86 | 20,3% |
| 2 | Perempuan | 344 | 79,7% |
| Total | | 430 | 100% |

Berdasarkan data pada tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa jumlah subjek perempuan (324) dalam penelitian ini lebih banyak dibandingkan dengan jumlah subjek laki-laki (86).

12.1.3. Gambaran Responden Berdasarkan Pulau Jawa

Gambaran subjek penelitian berdasarkan provinsi disajikan pada tabel 4.3 di bawah ini:

Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pulau Jawa

| No | Provinsi | Jumlah | Persentase (%) |
|--------------|-------------|------------|----------------|
| 1 | Banten | 34 | 7,8% |
| 2 | Jakarta | 203 | 47,2% |
| 3 | Jawa Barat | 178 | 41,4% |
| 4 | Jawa Tengah | 7 | 1,7% |
| 5 | Jawa Timur | 6 | 1,5% |
| 6 | Yogyakarta | 2 | 0,4% |
| Total | | 430 | 100% |

(sumber: SPSS 23.0)

Berdasarkan data pada tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa jumlah subjek penelitian yang tertinggi berada di wilayah Jakarta (203). Sementara responden penelitian yang terendah di Yogyakarta (2).

12.2. Prosedur Penelitian

12.2.1. Persiapan Penelitian

Tahap pertama dalam penelitian ini adalah melakukan riset terhadap penelitian yang akan di angkat oleh penulis. Peneliti melihat bahwa saat ini hampir semua kalangan masyarakat di Indonesia memiliki *gadget*, dimana mereka dapat berhubungan dengan orang lain melalui internet. Peneliti melakukan pencarian mengenai seberapa banyak masyarakat Indonesia melakukan komunikasi lewat internet, dan mencari lebih lanjut media apakah yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia saat ini. Ditemukan pada hasil riset yang mengenai penggunaan media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah *instagram*. Peneliti langsung mencari tahu data ilmiah mengenai rentang usia yang menggunakan media *instagram*, dan ditemukan hasil yang menyatakann bahwa usia yang paling banyak menggunakan aplikasi *instagram* adalah usia remaja akhir dari rentang usia 18-23 tahun.

Tahap selanjutnya peneliti melakukan *preliminary study* terhadap pengguna media *instagram*. Setelah peneliti menemukan fenomena yang akan di teliti untuk penulisan skripsi, kemudian mencari literatur terkait penelitian yang ada di dalam buku, jurnal, artikel, serta penelitian-penelitian terdahulu. Berdasarkan hasil diskusi dengan dosen pembimbing, peneliti menemukan variabel yang sesuai dengan fenomena yang terjadi saat ini di *instagram*, yaitu variabel *social comparison* dengan *life satisfaction*. Setelah didapatkan variabel yang akan digunakan untuk penelitian, dilakukan pencarian literatur serta alat ukur yang akan digunakan untuk penelitian ini.

Pada variabel *social comparison*, alat ukur yang digunakan adalah *Iowa Netherland Comparison Measaurement (INCOM) Scale* yang dikonstruksikan oleh Gibbons & Buunk untuk variabel *social comparison*. Sementara untuk alat ukur yang digunakan untuk variabel *life satisfaction* adalah *The Riverside Life satisfaction Scale*

yang (TRLSC) yang dikonstruksikan oleh Margolis Et. Al (2018). Pada alat ukur INCOM dan TRLSC, langkah awal peneliti melakukan terjemahan *item-item* dari bahasa Inggris-Indonesia untuk menyesuaikan norma yang ada pada Negara Indonesia, setelah melakukan terjemah *item* peneliti melakukan terjemahan ulang dari bahasa Indonesia-Inggris untuk melihat apakah makna dari setiap *item-item* tersebut masih tetap sama seperti alat ukur yang asli. Setelah kedua alat ukur didapatkan, kemudian dilakukan *expert judgment* kepada dosen pembimbing 1 serta dua dosen lain yang ada di Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.

Tahap selanjutnya adalah melakukan satu kali uji coba alat ukur kepada 53 orang remaja akhir yang menggunakan *instagram* untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumen. Total *item* yang diujicobakan sebanyak 34 *item*, yang terdiri dari 11 *item* pada instrumen *social comparison* dan 23 *item* pada instrumen *life satisfaction*. Tahap uji coba instrumen *social comparison* dan *life satisfaction* dilakukan peneliti dengan cara menyebarkan kuesioner variabel *social comparison* dan *life satisfaction* kepada remaja akhir yang menggunakan *instagram* melalui *google form online*. Peneliti mendapatkan hasil keseluruhan *item* yang valid sehingga seluruh *item* pada alat ukur *social comparison* dan *life satisfaction* dapat digunakan untuk perhitungan instrumen saat uji final. Penyebaran instrumen uji coba dilakukan pada tanggal 21 Juli 2019 dan berakhir pada tanggal 23 Juli 2019.

12.2.2. Pelaksanaan Penelitian

Penyebaran instrumen final dilaksanakan pada tanggal 25 sampai dengan 28 Juli 2019 menggunakan instrumen yang sudah dinyatakan valid pada tahap *expert judgment*. Dalam pengambilan data final melalui *google form*, pada halaman pertama sebelum menampilkan instrumen penelitian, peneliti meminta permohonan izin penelitian kepada responden dengan memberikan opsi apakah responden “bersedia” atau “tidak bersedia” untuk mengisi kuesioner. Peneliti melakukan penyebaran *link* yang dapat disebar melalui media sosial. Media sosial yang di pilih peneliti dalam melakukan penyebaran *form* kuesioner adalah *instagran*, *twitter*, *whatsapp*, dan *line*. Subjek yang didapatkan selama uji final yaitu sebanyak 430 responden.

12.3. Hasil Analisis Data Penelitian

12.3.1. Data Deskriptif *Social comparison*

Pada variabel *social comparison*, data yang diperoleh melalui pengisian kuesioner *social comparison* yang terdiri dari 5 butir *item favorable* dan 1 butir *unfavorable*. Item diisi oleh 430 orang responden. Diperoleh data deskriptif untuk variabel *social comparison* menggunakan SPSS 23.0 sebagai berikut:

Tabel 4.4 Distribusi Deskriptif *Social Comparison*

| Pengukuran Statistik | Nilai |
|----------------------|-------|
| Mean | 36,73 |
| Median | 36 |
| Modus | 36 |
| Standar Deviasi | 5.088 |
| Minimum | 22 |
| Maximum | 51 |

Berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa rata-rata nilai dimensi *social comparison* sebesar 36,73 dengan nilai tengah 36. Untuk nilai rata-rata penyimpangan skor pada mean atau standar deviasi pada dimensi *social comparison* sebesar 5.088. Nilai terkecil atau minimum sebesar 22 dan nilai terbesar atau maksimum sebesar 51.

12.3.1.1. Kategorisasi skor *social comparison*

Skor *social comparison* terbagi menjadi dua kategori, yaitu kategori tinggi dan kategori rendah. Kategori tersebut ditentukan berdasarkan nilai Mean Teoritik yang diperoleh dari:

$$\begin{aligned}
 \text{Nilai minimum} & : 6 \times 1 = 6 \\
 \text{Nilai maksimum} & : 6 \times 5 = 30 \\
 \text{Range} & : 30 - 6 = 24 \\
 \text{Mean Teoritik} & : [(6 \times 1) + (6 \times 5)] : 2 \\
 & [6 + 30] : 2 = 18
 \end{aligned}$$

Berikut ini adalah penjelasan mengenai kategorisasi skor pada variabel *social comparison*.

Rendah Jika : $X < \text{Mean}$

$$X < 18$$

Tinggi Jika : $X > \text{Mean}$

$$X > 18$$

Kategorisasi skor *social comparison* dapat dilihat pada table 4.6 dibawah ini:

Tabel 4.5 Kategori Skor *Social Comparison*

| Kategorisasi Skor | Skor | Frekuensi | Persentase |
|-------------------|----------|-----------|------------|
| Rendah | $X < 18$ | 109 | 25,3% |
| Tinggi | $X > 18$ | 321 | 74,7% |
| Total | | 430 | 100% |

12.3.2. Data Deskriptif *Life satisfaction*

Pada penelitian *life satisfaction*, data di peroleh melalui pengisian kuesioner *life satisfaction* yang terdiri dari 23 butir *item* dan di isi oleh 430 responden. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 23.0, di peroleh data deskriptif untuk variabel *life satisfaction* sebagai berikut:

Tabel 4.6 Distribusi Deskriptif Variabel *Life satisfaction*

| Pengukuran Statistik | Nilai |
|----------------------|--------|
| Mean | 113,54 |
| Median | 117 |
| Modus | 109 |
| Standar Deviasi | 12.674 |
| Minimum | 73 |
| Maximum | 151 |

12.3.2.1. Kategorisasi skor *life satisfaction*

Skor *life satisfaction* terbagi menjadi dua kategori, yaitu kategori tinggi dan kategori rendah. Kategori tersebut ditentukan berdasarkan nilai Mean Teoritik yang diperoleh dari:

$$\begin{aligned}\text{Nilai minimum} & : 23 \times 1 = 23 \\ \text{Nilai maksimum} & : 23 \times 7 = 161 \\ \text{Range} & : 161 - 23 = 138 \\ \text{Mean Teoritik} & : [(23 \times 1) + (23 \times 7)] : 2 \\ & [23 + 161] : 2 = 92\end{aligned}$$

Berikut ini adalah penjelasan mengenai kategorisasi skor pada variabel *social comparison*.

Rendah Jika : $X < \text{Mean}$
 $X < 92$

Tinggi Jika : $X > \text{Mean}$
 $X > 92$

Kategorisasi skor *life satisfaction* dapat dilihat pada table 4.9 di bawah ini:

Tabel 4.7 Kategorisasi Skor *Life satisfaction*

| Kategorisasi Skor | Skor | Frekuensi | Persentase |
|-------------------|----------|-----------|------------|
| Rendah | $X < 92$ | 2 | 0,5% |
| Tinggi | $X > 92$ | 428 | 99,5% |
| Total | | 430 | 100% |

12.3.3. Uji Normalitas

Uji normalitas pada kedua variabel menggunakan SPSS 23.0, jika nilai $p > 0,05$, maka penyebaran data tergolong berdistribusi normal (Rangkuti & Wahyuni, 2017). Hasil uji normalitas pada kedua variabel dapat dilihat pada tabel 4.10 di bawah ini:

Tabel 4.8 Distribusi Deskriptif Variabel *Life satisfaction*

| Variabel | Nilai D | α | Interpretasi |
|--------------------------|---------|----------|----------------------|
| <i>Social comparison</i> | 0,081 | 0,05 | Berdistribusi Normal |
| <i>Life satisfaction</i> | 0,816 | 0,05 | Berdistribusi normal |

Berdasarkan data yang telah diperoleh di atas, dapat dilihat bahwa nilai absolut atau D dari variabel *social comparison* sebesar 0,081 Dan nilai D dari variabel *life satisfaction* sebesar 0,816 menurut *Shapiro-Wilk*, dapat dikatakan berdistribusi normal jika $D > 0,05$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut berdistribusi normal.

12.3.4. Uji Linearitas

Uji asumsi linearitas pada kedua variabel menggunakan SPSS 23.0, jika nilai $p < \alpha$ berarti kedua variabel bersifat linear satu sama lain (Rangkuti & Wahyuni, 2017). Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian yang diperoleh bersifat linier atau tidak antara variabel independen dengan variabel dependen. Asumsi linearitas harus terpenuhi, terutama jika analisis data untuk pengujian hipotesis menggunakan teknis analisis regresi linear. Kedua variabel tersebut dapat dikatakan memiliki hubungan linearitas jika nilai sig (*p-value*) lebih kecil dari taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$) dan nilai *p - deviation from linearity* lebih besar dari 0,05.

Hasil uji asumsi linearitas pada kedua variabel dapat dilihat pada tabel 4.11 di bawah ini:

Tabel 4.9 Hasil Uji Asumsi Linearitas

| Variabel | Nilai <i>p-value</i> | α | Interpretasi |
|---|----------------------|----------|--------------|
| <i>Social comparison</i> dengan <i>Life</i> <i>satisfaction</i> | 0,000 | 0,05 | Linear |

Dari data diatas dapat dilihat nilai P pada *social comparison* dengan *life satisfaction* ternyata lebih kecil ($P = 0,000$) dari taraf signifikansi (Nilai $\alpha = 0,05$). Didapatkan hasil kesimpulan, hasil uji asumsi linearitas pada kedua variabel telah memenuhi asumsi linier.

12.3.5. Uji Korelasi

Uji korelasi pada penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji apakah tiap variabel bebas memiliki korelasi dengan variabel bebas yang lainnya dalam suatu model regresi. Dengan uji korelasi peneliti dapat mengetahui apakah kedua variabel tergolong berkorelasi atau tidak berkorelasi. Jika nilai p-value lebih kecil dari taraf signifikansi daripada nilai signifikansi maka kedua variabel dinyatakan linier satu sama lain. Berikut penjelasan mengenai uji korelasi:

Tabel 4.10 Hasil Uji Korelasi

| Sig. (p) | a | Interpretasi |
|-----------------|----------|-----------------------------------|
| 0,000 | 0,05 | Terdapat Korelasi yang signifikan |

Berdasarkan data diatas, peneliti dapat mengetahui bahwa nilai sig. (p-value) sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai signifikansi, yaitu sebesar 0,05 ($p\text{-value} < a$) dengan hal ini dapat disimpulkan bahwa kedua variabel memiliki korelasi.

12.3.6. Uji Hipotesis

Hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

- H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara *social comparison* terhadap *life satisfaction* Remaja Akhir yang menggunakan *Instagram*
- H_a : Terdapat pengaruh antara *social comparison* terhadap *life satisfaction* Remaja Akhir yang menggunakan *Instagram*

Penelitian ini menggunakan analisis regresi untuk pengujian hipotesis. Analisis regresi dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *social*

comparison terhadap *life satisfaction* remaja akhir yang menggunakan *Instagram*. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi dengan menggunakan aplikasi SPSS 23.0. Pengujian analisis regresi bertujuan untuk mengetahui tujuan-tujuan penelitian yang belum tercapai dengan banyak menggunakan uji korelasi.

Tabel 4.11 Data Uji Signifikansi *Social comparison Ability*

| Model | Sum of Squares | Df | F | F tabel (Df=1) | Sig |
|------------|----------------|-----|--------|----------------|-------|
| Regression | 9943,186 | 2 | 36,003 | 3,01 | 0,000 |
| Residual | 58963,718 | 427 | | | |
| Total | 68906,905 | 429 | | | |

a. Prediktor: (Constant), *Opinion & Ability*

b. Dependent Variabel: *Life satisfaction*

Pada tabel 4.10 Uji regresi menghasilkan nilai F sebesar 36,003 sedangkan F tabel untuk sampel yang berjumlah 430 sebesar 3,01 dan nilai p sebesar 0,000. Nilai p tersebut lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05 dan nilai F hitung lebih besar dari F tabel. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a di terima, yang berarti terdapat perngaruh antara *social comparison* terhadap *life satisfaction* pada remaja akhir yang menggunakan *Instagram*.

Tabel 4.12 Model Summary *Social comparison* dengan *Life satisfaction*

| Model | R | R square | Adjusted R Square |
|---------------------------------|-------|----------|-------------------|
| <i>Social comparison</i> | | | |
| dengan <i>Life satisfaction</i> | 0,380 | 0,144 | 0,140 |

a. Prediktor: (constant), *Social comparison*

b. Dependent Variabel: *Life satisfaction*

Tabel 4.11 *Model Summary* di atas menggambarkan bagaimana pengaruh *social comparison* memengaruhi *life satisfaction*. Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui besar pengaruh (nilai R square) *social comparison* terhadap *life satisfaction* sebesar 0,144 (14,4%). Hal ini menunjukkan bahwa *social comparison* memengaruhi *life satisfaction* sebesar 14,64% dan sisanya 85,6% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Tabel 4.13 Uji Persamaan Koefisien Regresi

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | sig |
|--------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 78,887 | 4,131 | | 19,095 | 0,000 |
| <i>Social comparison</i> | 0,943 | 0,111 | 0,379 | 8,467 | 0,000 |

a. *Dependent Variabel: Life satisfaction*

Berdasarkan data regresi parsial pada tabel 4.14 dapat diketahui bahwa konstanta variabel *life satisfaction* sebesar 78,887 sedangkan koefisien regresi *social comparison* sebesar 0,943. Hasil ini menunjukkan bahwa *social comparison* memiliki pengaruh karena nilai sig < 0,05. Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel yang diprediksi kriterium variabel terikat (*Life satisfaction*)

X = Variabel bebas (*Social comparison*)

a = bilangan konstan

b = *Koefisien predictor*

$$Life\ satisfaction = 78,887 + 0,943X$$

Berdasarkan uraian di atas, didapatkan hasil koefisien regresi *social comparison* sebagai berikut, dapat diinterpretasikan apabila variabel *Social*

comparison (X) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka variabel *life satisfaction* (Y) juga akan mengalami penambahan sebesar 0,943. Dengan hal ini, dapat dinyatakan bahwa pengaruh *social comparison* terhadap *life satisfaction* bersifat positif. Sehingga dapat di tarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif *social comparison* terhadap *life satisfaction*.

12.4. Pembahasan

Berdasarkan hasil uji hipotesis penelitian yang telah diajukan dalam penelitian ini adalah H_a diterima dan H_o ditolak, artinya diperoleh hasil yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara *social comparison* terhadap *life satisfaction* remaja akhir yang menggunakan *instagram*. Dari persamaan regresi diketahui bahwa *social comparison* yang dilakukan remaja akhir justru menunjukkan *life satisfaction* yang tinggi.

Hal ini diketahui hasil yang diperoleh dari uji regresi bahwa nilai R square *social comparison* terhadap *life satisfaction* adalah 0,144 (14,4%). Data tersebut menunjukkan bahwa *social comparison* memiliki sumbangan pengaruh sebesar 14,4% terhadap kepuasan hidup remaja akhir yang menggunakan *instagram*. Berdasarkan persentase tersebut, diketahui bahwa masih banyak faktor lain yang dapat memengaruhi kepuasan hidup yaitu sebesar 85,6%, seperti yang telah disebutkan oleh Diener (2015) bahwa keluarga, jenis pekerjaan, status kerja, usia, pernikahan, kepercayaan, keuangan, dan hubungan sosial merupakan faktor yang dapat memengaruhi kepuasan hidup seseorang.

Selain itu, peneliti menemukan hasil yang menunjukkan bahwa korelasi *social comparison* terhadap *life satisfaction* remaja akhir yang menggunakan *instagram* memiliki hubungan yang positif, sehingga hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Putri (2017) yang mengatakan bahwa *social comparison* memiliki hubungan terhadap *life satisfaction*. Paseru (2016) juga mendapatkan hasil bahwa *social comparison* memberikan sumbangan efektif sebanyak 47,7% kepada *life satisfaction* remaja tengah. Namun pada hasil korelasi pada penelitian tersebut di jelaskan bahwa *social comparison* yang negatif membuat remaja tengah sering melakukan *social comparison* terhadap orang lain ketika mereka sedang mengalami

perubahan menginjak usia remaja awal. Penelitian ini menunjukkan bahwa salah satu faktor yang dapat memengaruhi rendahnya *life satisfaction* pada remaja akhir yang menggunakan *instagram* adalah karena melakukan perbandingan sosial.

Dari hasil kategori skor pada variabel *social comparison*, dapat diketahui bahwa 108 dari 430 remaja akhir (25,3%) masuk ke dalam kategori *social comparison* yang rendah dan 321 dari 430 remaja akhir (74,7%) masuk ke dalam kategori *social comparison* yang tinggi. Banyaknya seseorang remaja akhir yang melakukan *social comparison* terhadap orang lain adalah untuk mendapatkan informasi lebih dalam untuk mengetahui, mengkonfirmasi, atau menolak aspek-aspek yang ada pada identitas diri mereka. Perbandingan sosial juga dibagi kedalam dua jenis perbandingan, yaitu perbandingan *ability* (kemampuan) dan *opinion* (pendapat). Perbandingan *ability* merupakan perbandingan yang dilakukan seseorang untuk melihat apa saja yang telah mereka dapatkan dari segi kompetensi, skills, atau popularitas, dan perbandingan *opinion* adalah perbandingan yang dilakukan yang sifatnya opini mengenai apa yang mereka pikirkan dan apa yang mereka rasakan.

Terdapat hasil skor dari *social comparison ability* pada remaja akhir, bahwa 87 (20,2%) remaja tidak sering melakukan perbandingan kemampuan terhadap orang lain dan 343 (79,8%) menyatakan bahwa remaja akhir sering melakukan perbandingan kemampuan terhadap orang lain. Selain itu, terdapat juga skor dari *social comparison opinion* pada remaja akhir, bahwa 183 (42,6%) remaja akhir jarang melakukan perbandingan pendapat kepada orang lain dan 247 (57,4%) remaja akhir sering melakukan perbandingan pendapat kepada orang lain.

Kemudian, dari hasil kategori skor pada variabel *life satisfaction* pada variabel *life satisfaction*, dapat diketahui bahwa 2 dari 430 remaja akhir (0,5%) masuk ke dalam kategori *life satisfaction* yang rendah dan 428 dari 430 remaja akhir (99,5%) masuk ke dalam kategori tinggi. Tingginya tingkat *life satisfaction* pada remaja akhir yang menggunakan *instagram* jika ditinjau dari teori milik Diener (1954), adalah individu melakukan suatu evaluasi terhadap mereka sendiri untuk mengetahui komponen positif apa yang terdapat pada diri individu. Diener (2008) menjelaskan jika seseorang sudah memiliki kehidupan sosial yang baik, atau kebahagiaan dalam

hidupnya sudah terpenuhi maka *life satisfaction* yang di konseptualisasikan oleh remaja akhir yang menggunakan *instagram* ini sudah merasakan puas terhadap kehidupannya secara menyeluruh.

Jika dilihat dari jenis-jenis perbandingan sosial yang dilakukan oleh seseorang terdiri dari *upward comparison* dan *downward comparison* (Festinger, 1954). Festinger (1954) menyebutkan bahwa orang yang terlalu sering melakukan *upward comparison*, individu tersebut akan sulit untuk bahagia karena terus menerus membandingkan diri sendiri terhadap orang lain yang dianggap lebih baik dari pada dirinya. Sedangkan *downward comparison* merupakan suatu perbandingan diri terhadap orang lain dengan objek pembanding yang dianggap lebih buruk dari pada dirinya, sehingga ketika seseorang melakukan *downward comparison* kepada orang lain, maka individu tersebut menjadi lebih puas karena individu merasa dirinya lebih baik secara komponen *ability* dan *opinion*. Berdasarkan hasil data hipotesis penelitian ini, hubungan linear yang di peroleh menyatakan, semakin tinggi *social comparison* yang dilakukan oleh remaja akhir, akan membuat *life satisfaction*nya semakin tinggi.

Hal ini dapat di katakan bahwa remaja akhir yang sering melakukan *social comparison* dengan melihat orang yang lebih buruk daripada dirinya, membuat individu tersebut merasa kemampuan dan opini diri nya lebih baik dari pada orang lain. Rahimi, Hall, Wang, Maymon (2017) membuktikan hasil hipotesis nya pada penelitian “*upward, downward, and horizontal social comparison s: Effects on Adjustment, emotion and persistence in teachers*” yang menyatakan bahwa guru yang melakukan perbandingan sosial kepada orang lain yang dianggap lebih buruk (secara kemampuan dan pendapat) mereka melaporkan bahwa mereka menjadi memiliki kepuasan hidup dan kepuasan kerja yang tinggi. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, terdapat kesamaan hasil penelitian yang diperoleh oleh peneliti, dimana skor tersebut dapat diartikan bahwa remaja akhir yang menggunakan *instagram* melakukan perbandingan sosial dengan jenis *downward social comparison*.

Hasil penelitian ini mendapatkan hasil bahwa *social comparison* tidak selalu menjadi penyebab terjadi nya *life satisfaction* yang rendah. Meskipun seseorang melakukan *social comparison* tidak selalu menghasilkan kepuasan hidup yang

rendah. Maka berdasarkan data yang telah diperoleh di atas, dapat disimpulkan bahwa remaja akhir yang menggunakan instagram pada usia 18-21 tahun sudah merasakan kesejahteraan hidup yang ditentukan berdasarkan persepsi mereka dengan melakukan *downward comparison* dengan orang lain. Festinger (1950) mengatakan bahwa *social comparison* merupakan proses subjektif yang dilakukan oleh seseorang untuk membandingkan kemampuan *ability* dan *opinion* pada dirinya dengan orang lain yang berada dalam ruang lingkupnya.

12.5. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat keterbatasan yang dialami oleh penulis, yaitu hasil penelitian ini tidak dapat di generalisasikan pada seluruh usia, jenis kelamin, wilayah, dan aspek lain karena penelitian ini hanya menunjukkan pengaruh *social comparison* terhadap *life satisfaction* remaja akhir yang menggunakan *instagram*. Sehingga untuk melihat kepuasan hidup yang didapatkan oleh subjek penelitian, tidak dapat di peroleh karena kategorisasi dalam penelitian ini tidak beragam. Penelitian ini tidak memfokuskan letak wilayah sehingga penyebaran data dan karakteristik penelitian ini masih sangat umum. Selanjutnya, untuk hasil pengaruh dari *social comparison* terhadap *life satisfaction* sangat kecil dan faktor lain yang memengaruhi variabel *life satisfaction* tidak ada pada penelitian ini. Selain itu, hasil penelitian dalam uji korelasi pada penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang mendapatkan hasil pengaruh negatif *social comparison* terhadap *life satisfaction* yang dimana tidak sesuai dengan yang sudah kajian yang telah dilakukan oleh peneliti di latar belakang.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

13.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *social comparison* terhadap *life satisfaction* remaja akhir yang menggunakan *instagram*. Besar pengaruh dari *social comparison* terhadap *life satisfaction* adalah 14,4% dan ada faktor lain yang mempengaruhi *life satisfaction* sebesar 85,4% yang tidak ada dalam penelitian ini. *Social comparison* ditemukan memiliki korelasi positif dengan variabel *life satisfaction*, maka hasil dari penelitian ini adalah semakin tinggi *social comparison* yang dilakukan oleh remaja akhir yang menggunakan *instagram* maka semakin tinggi kepuasan hidup yang dirasakan.

13.2. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, penelitian ini memiliki implikasi pada pengembangan kajian psikologi. Hasil penelitian dapat menjadi informasi bagi remaja akhir yang menggunakan *instagram* bahwa *life satisfaction* atau kepuasan hidup merupakan hal yang penting dalam kesejahteraan mental seseorang. Yang dapat menentukan apakah seseorang akan bahagia terhadap diri sendiri tergantung dari bagaimana seseorang mempersepsikan kehidupannya. Perbandingan sosial boleh saja dilakukan untuk melihat evaluasi diri seseorang, namun jika terlalu sering dilakukan akan memiliki dampak dari kepuasan hidup yang membuat seseorang menjadi tidak puas terhadap dirinya.

13.3. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang telah dipaparkan, peneliti mengemukakan beberapa saran yang dapat menjadi manfaat bagi pihak terkait, yaitu:

13.3.1. Remaja akhir yang menggunakan *instagram*

1. Hasil penelitian ini dapat memperlihatkan bagaimana pengaruh yang di hasilkan jika seseorang sering melakukan *social comparison* terhadap kepuasan hidup remaja.
2. Remaja menjadi lebih bijak dalam menggunakan *instagram* untuk lebih menilai dirinya dan tidak membandingkan diri sendiri dengan orang lain.
3. Remaja mengetahui jika kepuasan hidup yang rendah atau tinggi dari seseorang dapat ditentukan dari persepsi diri sendiri.

13.3.2. Peneliti selanjutnya

1. Apabila ingin melanjutkan penelitian mengenai pengaruh *social comparison*, diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk memperkuat referensi agar tidak salah dalam mengerti *social comparison* yang sesuai dengan teori yang digunakan
2. Subyek penelitian sebaiknya ditambahkan dengan membedakan antara pengaruh *social comparison* terhadap *life satisfaction* berdasarkan jenis kelamin.
3. Apabila ingin melanjutkan penelitian mengenai *life satisfaction*, diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk menggunakan metode wawancara untuk mengetahui lebih dalam kepuasan hidup yang seperti apa yang dirasakan oleh remaja akhir yang menggunakan *instagram*.
4. Metode pengambilan data seharusnya diperkuat dengan melakukan wawancara untuk data tambahan agar peneliti dapat data tambahan untuk mendukung penelitian yang lebih mendalam daripada responden penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Donnellan, R., & Lucas, M. (2012). Estimating the reliability of single-item *life satisfaction* measures: Results from four national panel studies. *Social Indicators Research*, 323-331.
- Margolis, S., Schwitzgebel, E., Ozer, D. J., & Lyubormirsky, S. (2018). A New Measure of *Life satisfaction* Scale. *Journal of Personality Assessment*.
- Rangkuti, A. A. (2015). *Statistika Parametrik & Non-Parametrik Untuk Psikologi dan Pendidikan (Cetakan I)*. Jakarta: Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Jakarta.
- Suh, Diener, E., Oishi, S., & Tundak, H. (1998). The shifting basis of *life satisfaction* judgments across cultures: Emotions versus Norms. *Journal of Personality and Social Psychology*, 428-493.
- Williams, S., & Demo. (2007). John W. Santrock. *Ikhtisar Psikologi*, Vol. 2, 184.
- Al-Ghafri, R. K., & Al-Badi, A. H. (2016). Users' Activities on Social Media as indicators of self-esteem: a case study in Oman. *Ibima Publishing*, 12 pages.
- Andhika, I. (2007). Pengaruh Harga Diri Terhadap Kepuasan Hidup Pada Wanita Bekerja dan Wanita Tidak Bekerja. *Psychology*.
- Arianti, G. (2017). Kepuasan Remaja Terhadap Penggunaan Media Sosial *Instagram* dan Path. *Online ISSN*, 2598-7402.
- Astrid, E., & Ardi, R. (2018). Pemburu "Likes": Efek Narsisme Dan Kebutuhan Pengakuan Pada Pengguna *Instagram*. *Jurnal Ecopsy*, 1-11.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Branden. (1994). *Asuhan Keperawatan Konsep Diri Self-Esteem*. Bangkalan: Unmuh Ponorogo Press.
- Camerer, C., & Loevallo, D. (1999). Overconfidence and excess entry: An experimental approach. *American Economic Review*, 89, 306-318.

- Campbell, W. R., Rudich, E. A., & Sedikides, C. (2002). Narcissism, Self-esteem, and the positivity of self-views: Two portraits of self-love. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 358-368.
- DePaulo, B. M., & Kashy, D. A. (1996). Everyday lies in close and casual relationships . *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 979-995.
- Diener. (2009). dalam Hubungan antara Self-Monitoring dengan kepuasan hidup pada remaja. Skripsi.
- Diener, E. (2009). *Assessing Well-being; The Collected Works of Ed Diener*. New York: Springer Dordrecht Heidelberg London.
- Diener, E., & Seligman, M. (2002). Very Happy People . *Psychological Science*, 13.
- Diener, Napa-Scollon, Oishi, Dzokoto, & Suh. (2000).
- Dion, N. A. (2016). The Effect of *Instagram* on Self-Esteem and *Life satisfaction*. Honors Theses, 91.
- Duggan, M., & Smith, A. (2011). *Sosial media update* . Pew Research Center.
- Dumas, T. M., Maxwell-smith, M., Davins, J. P., & Giulietti, P. A. (2017). Lying or longing for *likes*? Narcissism, peer belonging, loneliness and normative versus deceptive *likes*-seeking on *Instagram* in emerging adulthood. *Computers in Human Behavior*, 1-10.
- Eyal, K., & Te'eni-J-Harari, T. (2013). Explaining the relationship between media exposure and earl adolescent' body image perception. *Journal of Medical Psychology*, 129-141. doi: 10/1027/1864-1105/a000094.
- Feist, J., & Feist, G. J. (2008). *Theories Personality Seventh Edition*. United States Of America: A division of The McGraw-Hill Companies.
- Festinger, L. (1954). *A theory of Social comparison Processes*. New York: SAGE Sosial Scence Collection.
- Gerlitz, C., & Helmond, A. (2013). The *Likes* economy: Sosial Buttons and the dataintensive web. *New Media & Society*, 15(8), 1348-1365.
- Gibbon, F., & Buunk, B. P. (1999). Individual Differences in *Social comparison* : Developement Scale of *Social comparison* Orientation. *Journal of Personality and Sosial Psychology*, Vol. 76. No. 1, 129-142.

- Hawi, N. S., & Samaha, M. (2016). The Relations Among Sosial Media Addiction, Self-Esteem, and *Life satisfaction* in University Students. *Sosial Science Computer Review*, 1 - 11.
- Heartherton, T., & Wyland, C. (2004). Assessing self-esteem. In S. Dalam Lopez, & C. Synder, (Eds.). *Positive Psychological Assessment: A Handbook of Models and Measures* (pp. 219-233). Washington DC: American Psychological Association.
- Hu, Y. M., & Kambhampati, S. (2014). What we *instagram*: A first analysis of *instagram* photo content and user types. AAAI Publications.
- Hwang, Y. (2014). ANTECEDENTS OF INTERPERSONAL COMMUNICATION. *International Journal of Cyber Society and Education*, 49-70 Vol. 7.
- Hwang, Yoosun. (2014). ANTECEDENTS OF INTERPERSONAL COMMUNICATION MOTIVES ON TWITTER: LONELINESS AND *LIFE SATISFACTION*. *International Journal of Cyber Society and Education*, 29-70, Vol. 7 No. 1.
- Jung, C. (1963). Actualizing Tendency in relation to motives and to consciousness. In D. Schultz, *Nebraska Symposium on Motivation* (p. 21). Lincoln: University of Nebraska Press.
- Kresnova, H., Wenninger , H., & Buxmann Peter. (2013). Envy on Facebook: A Hidden Threat to Users' *Life satisfaction*? *International Conference on Wirtschaftsinformatik*.
- Lasrsen, R., & Eid, M. (2008). Ed Diener and the Science. The Science of *Subjective Well-being*.
- Lendedu. (2017). Millenials: *Instagram* the Most Narcissistic Sosial Media Platform. Retrieved Maret 29, 2017, from <https://lendedu.com/blog/millennialsInstagram-narcissistic-sosial-media-platform/>.
- Lionarki, K. I. (2014). Facebook Use Amongst Adolescents in Iceland: The Effects on Self-Esteem and *Life satisfaction*. Departement of Psychology School of Business.

- livingstone, S., & Lievrouw, L. (2006). *Handbook of New Media: Sosial Shaping*. London: Sage Publications Ltd.
- Lockwood, P., & Kunda, Z. (1997). Superstars and Me: Predicting the impact of role models on the self. *Journal of Personality and Sosial Psychology*, pp 91-103.
- Lubis, S. H. (2011). *Hubungan Antara Self-esteem dengan Subjective Well-being karyawan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. Skripsi.
- Monks. (2009). Pengaruh Locus Of Contrik (locus of control internal dan locus of control eksternal) terhadap stres akademik pada siswa-siswi SMA Negeri di Jakarta Utara. Skripsi.
- morrison, m., Tay, L., & Diener, E. (2010). *Subjective Well-being and National Satisfaction: Findins From a Worldwide Survey*. Association For Psychological Science.
- Nurcahyani, E. (2016). Pengaruh Fitur *Instagram* Stories terhadap Kepuasan Mahasiswa. Skripsi.
- O'Keeffee, G. S., & Pearson, C. K. (2011). The impact of sosial media on children, adolescents, and families. *Pediatrics*, 127, 800-804.
- prasoon, R., & Chaturvedi, K. R. (2016). *Life satisfaction: A literature Review*. *International Journal of Management Humanities and Sosial Sciences*, 2016, 1(2).
- Putri, B. K. (2018). Hubungan Antara *Social comparison* Dengan Kepuasan Hidup Pada Wanita Yang Bekerta. Skripsi, 1-99.
- Putri, B. K. (2018). HUBUNGAN ANTARA *SOCIAL COMPARISON* DENGAN KEPUASAN HIDUP WANITA YANG BEKERJA. Skripsi.
- Robinson, J. P., Shaver, P. R., & Wrightsman, L. S. (1991). Measure of Personality and Sosial Psychological Attitudes. In Chapter 4: Measure of Self-Esteem (p. 115). London: Academic Press Limited.
- Rozika, I. A., & Ramdhani, N. (2016). Hubungan antara Harga Diri dan Body Image dengan *Online Self-Presentation* pada Pengguna *Instagram*. *Gadjah Mada Journal Of Psychology*, 172 - 183.

- Santrock, J. W. (2011). *Perkembangan Anak Edisi 7 Jilid 2* (terjemahan: Sarah Genis B). Jakarta: Erlangga.
- Sarwono, S. W. (2002). *Psikologi Remaja* (Cetakan Keenam). Jakarta: PT RajaGrafindo.
- Seginer, Poole, & Nurmi. (1995). *Gambaran Kepuasan Hidup pada Remaja di Sekolah Formal dan Remaja Jalanan di Sekolah Non Formal*.
- Suls, J., & Wills, T. A. (1988). *Social comparison* and negative self evaluation: An application to depression. *Clinical Psychology Review*, 8, 55-76.
- Tenis, R. R. (2018). *Hubungan Antara Intensitas Pengguna Media Sosial dan Subjective Well-being*. skripsi.
- Tylka, T. L., & Sabik, N. J. (2010). Integrating *social comparison* theory and selfesteem within the objectification theory to predict women's disordered eating. *Sex Roles*, 63, 18-31.
- Veenhoven, R. (2012). Overall Satisfaction With Life. Chapte 12 in Glatzer, W. (Ed) *The lobal handbook of Well-being*.
- Wallis, J. (2013). *The effects Of Sosial Media On The Body Satisfaction Of Adolescent And Young Adult Females*. A Thesis: College Of Human Being.
- Weiten, W., & Lloyd, M. (2006). *Psychology Applied Modern Life: Adjustment In The 21st Century*. (8thEd.). California: Thomson Higher Education.
- Wibowo, Y., & Silaen, S. M. (2018). *HUBUNGAN SELF-ESTEEM DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DENGAN PERILAKU NARSISME DI KALANGAN SISWA KELAS VIII SMPK PENABUR BINTARO JAYA*. Ikraith-Humaniora Vol. 2.
- William, J. (2013). Teori Carl Rogers: Psikologi Self. In P. A. Prawira, *Psikologi Kepribadian Dengan Perspektif Baru* (pp. 247-248). Jogjakarta: Ar-ruuz Media.
- Wood, J. V. (1989). theory and research concerning *social comparison* s of personal attributes. *Psychological Bulettin*, 231-248.
- Infodatin. (2015). Jakarta: *Situasi Kesehatan Reproduksi Remaja*.
- Al-Ghafri, R. K., & Al-Badi, A. H. (2016). *Users' Activities on Sosial Media as indicators of self-esteem: a case study in Oman*. Ibima Publishing , 12 pages.

- Anderson, M., & Jiang, J. (2018). Teen's Sosial Media Habits and Experiences. U.S: Pew Research Center.
- Arianti, G. (2017). Kepuasan Remaja Terhadap Penggunaan Media Sosial *Instagram* dan Path. *Online ISSN*, 2598-7402.
- Buunk, A. P., & Gibbons, F. X. (2006). . *Social comparison* orientation: A new perspective on those who do and those who don't compare with others. In Guimond, S. (Ed.). Cambridge: Cambridge University Press.
- Civitci, N., & Civitci, A. (2015). *Social comparison* Orientation, Hadiness and *Life satisfaction* in Undergraduete Students. Elsevier Ltd, 516-523.
- Cramer, S., & Inkster, B. (2017). Young Health Movement #StatusOfMind. UK: Royal Society For Public Health.
- Dewi, R. A. (2018). Hubungan Popularitas di Sosial Media Dengan Rasa Percaya Diri Pada Management Putri Hijab Provinsi Lampung Angkatan 2017. Ilmu Bimbingan dan Konseling Pendidikan Islam.
- Diener, E., & Fujita, F. (1997). *Social comparison* s and *Subjective Well-being*. In B. P. Buunk, & B. P. Gibbons, Health, coping, and wellbeing: Perspectives from *social comparison* theory (pp. 329-358). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Diener, E., & Suh, E. (1997). Measuring quality of life: economic, sosial, subjective indivators. Spcoal Indivators Research, 189-216.
- Dion, N. A. (2016). The Effect of *Instagram* on Self-Esteem and *Life satisfaction*. Honors Theses, 91.
- Feist, J., & Feist, G. J. (2008). Theories Personality Seventh Edition. United States Of America: A division of The McGraw-Hill Companies.
- Gerlitz, C., & Helmond, A. (2013). The economy Sosial buttons and the dataintensive web. *New Media & Society*, 15(8), 1348-1365.
- Gibbons, F. X., & Buunk, B. P. (1999). Individual differences in *social comparison* : The development of a scale of *social comparison* orientation. *Journal of Personality and Sosial Psychology*, 76, 129-142.
- Golbeck, J. (2015). Introduction to sosial media investigation: A hands-on approach. USA: El-Sevier.

- Hawi, N. S., & Samaha, M. (2016). The Relations Among Sosial Media Addiction, Self-Esteem, and *Life satisfaction* in University Students. *Sosial Science Computer Review*, 1 - 11.
- HU, Y., Manikonda, L., & Kambhampati, S. (2014). What we *Instagram*: A first analysis of *Instagram* photo content and user types. AAAI Publication.
- Hurlock, E. (1980). *Developmental Psychology : A Life Span Approach*. New Delhi: Tata. McGraw: Hill Publishing.Co., Ltd.
- Kaspersky. (2017, 12 January). One-in-ten bend the truth on sosial media to make themselves feel good-and men go even further. Retrieved from Kapersky Lab Study Reveals: <https://press/kaspersky.com/one-in-ten-bend-the-truth-on-sosial-media-to-make-themselves-feel-good-and-men-go-even-further-kaspersky-lab-study-reveals/>
- Kemp, S. (2017, Januari 24). Digital In 2017: Global Overview. Retrieved from We Are Sosial: <https://wearesosial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>
- Kresnova, H., Wenninger , H., & Buxmann Peter. (2013). Envy on Facebook: A Hidden Threat to Users' *Life satisfaction*? International Conference on Wirtschaftsinformatik.
- Lionarki, K. I. (2014). Facebook Use Amongst Adolescents in Iceland: The Effects on Self-Esteem and *Life satisfaction*. Departement of Psychology School of Business.
- Livia. (2015). Sosial Media and Capital: Does *Online* Popularity Influence the Self-Esteem of Today's Youth?
- Manampirin, R. A. (2015). Peranan Media Sosial *Instagram* Dalam Interaksi Sosial. e-journal "Acta Diurna", hal. 2.
- Manampiring, R. A. (2015). Peranan Media Sosial *Instagram* dalam Interaksi Sosial. *Acta Diurna* Vol. 4, 2.
- Mulyani, I., Mikarsa, H. L., & Puspitawati, I. (2018). Perilaku Adiksi Pada *Instagram* di Kalangan Remaja. Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma.

- Mulyani, I., Rahardjo, W., Citra, A. F., Damariyanti, M., Saputra, M., Ayuningsih, A. M., et al. (2017). The Effect of Neuroticism and Loneliness to SNS Addiction on Sosial Media Users. Laporan Penelitian.
- Pohan, V. G. (2005). Pemecahan Konflik Interpersonal Pada Remaja Yang Populer. In B. Fuhrmann, *Adolescence, Adolescents* (p. 10). Sumatera Utara: Program Studi Psikologi.
- praseon, R., & Chaturvedi, K. R. (2016). *Life satisfaction: A literature Review*. International Journal of Management Humanities and Sosial Sciences, 2016, 1(2).
- Putra, I. (2015). Hubungan Perilaku Selfie Dengan Kepercayaan Diri (Studi Pada Siswi SMAN 7 Malang Pengguna Aktif Media Sosial *Instagram*). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- Putri, B. K. (2018). Hubungan Antara *Social comparison* Dengan Kepuasan Hidup Pada Wanita Yang Bekerja. Fakultas Psikologi dan Kesehatan.
- Putri, W. s., Nurwati, R. N., & S. Budiarti, M. (2017). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. Riset & PKMP, 1-154.
- Rozika, I. A., & Ramdhani, N. (2016). Hubungan antara Harga Diri dan Body Image dengan *Online Self-Presentation* pada Pengguna *Instagram*. Gadjah Mada Journal Of Psychology, 172 - 183.
- Santrock, J. W. (2007). Perkembangan Anak. Jilid 1 Edisi kesebelas. Jakarta: PT. Erlangga.
- Sarwono, S. (n.d.). In Psikologi Remaja (p. 200).
- Shaw, M., & Costanzo, P. (1982). Theories Of Sosial Psychology.
- Suwito. (2013). Pelayanan Patoral Gereja Terhadap Remaja Berperilaku Konsumtif Melalui Program Penangan Keluarga. JOM FISIP, 30-42.
- Swallow, S. R., & Kuiper, N. A. (1998). *Social comparison* and Negatif Self-evaluation: An Application to Depression. Clinical Psychology Review, 55-76.
- Tanasa, E. J. (2015). Studi Kualitatif Motif Dan Kepuasan Penggunaan Foto Selfie Dalam *Instagram*. Jurnal Kommas 3, 25-33.

- Triastuti, E., Prabowo, D., & Nurul, A. (2017). Kajian Dampak Penggunaan Media Sosial Bagi Anak dan Remaja. Jakarta: Pusat Kajian Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Wallis, J. (2013). The effects Of Sosial Media On The Body Satisfaction Of Adolescent And Young Adult Females. A Thesis: College Of Human Being.
- Wijayanti, M. (2018). Hedonisme Sebagai Identitas Pengguna Media Sosial *Instagram*. Bandar Lampung: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- Zaky, M. A. (2017). Infografis: Penetrasi & perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).

LAMPIRAN

Lampiran 1. Analisa data Instrumen *Life Satisfaction*

| Dimensi | No. Butir | Mean | SD | Korelasi Item Total | r Kriteria | Interpretasi | Cronbach's Alpha |
|-------------------|-----------|------|------|---------------------|------------|--------------|------------------|
| Life Satisfaction | 1 | 5.36 | 1.07 | 0.51 | 0.3 | Valid | 0.845 |
| | 2 | 5.17 | 1.12 | 0.56 | 0.3 | Valid | |
| | 3 | 5.00 | 1.3 | 0.49 | 0.3 | Valid | |
| | 4 | 5.25 | 1.15 | 0.64 | 0.3 | Valid | |
| | 5 | 5.23 | 1.10 | 0.57 | 0.3 | Valid | |
| | 6 | 4.94 | 1.32 | 0.62 | 0.3 | valid | |
| | 7 | 5.28 | 1.24 | 0.49 | 0.3 | valid | |
| | 8 | 3.53 | 1.36 | 0.52 | 0.3 | Valid | |
| | 9 | 3.42 | 1.48 | 0.26 | 0.3 | valid | |
| | 10 | 2.70 | 1.5 | 0.30 | 0.3 | Valid | |
| | 11 | 2.72 | 1.36 | 0.35 | 0.3 | Valid | |
| | 12 | 3.49 | 1.64 | 0.50 | 0.3 | Valid | |
| | 13 | 5.02 | 1.39 | 0.33 | 0.3 | Valid | |
| | 14 | 2.77 | 1.25 | 0.31 | 0.3 | Valid | |
| | 15 | 2.75 | 1.27 | 0.15 | 0.3 | tidak valid | |
| | 16 | 3.5 | 1.6 | 0.37 | 0.3 | Valid | |
| | 17 | 2.64 | 1.31 | 0.36 | 0.3 | Valid | |
| | 18 | 5.04 | 1.85 | 0.33 | 0.3 | Valid | |
| | 19 | 4.04 | 1.19 | 0.31 | 0.3 | Valid | |
| | 20 | 3.08 | 1.42 | 0.38 | 0.3 | Valid | |
| | 21 | 3.02 | 1.24 | 0.33 | 0.3 | Valid | |
| | 22 | 2.79 | 1.36 | 0.36 | 0.3 | Valid | |
| | 23 | 2.92 | 1.56 | 0.35 | 0.3 | Valid | |

Lampiran 2. Analisa data Instrumen *Social Comparison*

| Dimensi | No. Butir | Mean | SD | Korelasi Item Total | r Kriteria | Interpretasi | Cronbach's Alpha | |
|---------|-----------|------|------|---------------------|------------|--------------|------------------|-------|
| Ability | 1 | 3.23 | 1.1 | 0.67 | 0.3 | Valid | 0.826 | 0.820 |
| | 2 | 3.36 | 1.07 | 0.62 | 0.3 | Valid | | |
| | 5 | 3.17 | 1.06 | 0.68 | 0.3 | Valid | | |
| | 8 | 3.47 | 1.06 | 0.74 | 0.3 | Valid | | |
| | 9 | 3.92 | 1.03 | 0.53 | 0.3 | Valid | | |
| | 10 | 3.92 | 0.99 | 0.32 | 0.3 | Valid | | |
| Opinion | 3 | 3.53 | 0.89 | 0.72 | 0.3 | valid | 0.821 | |
| | 4 | 3.57 | 0.95 | 0.54 | 0.3 | Valid | | |
| | 6 | 3.81 | 0.85 | 0.48 | 0.3 | Valid | | |
| | 7 | 3.62 | 1.06 | 0.73 | 0.3 | Valid | | |
| | 11 | 3.62 | 1.02 | 0.59 | 0.3 | Valid | | |

Lampiran 3. *Output* data uji coba instrumen
(*Ability*)

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 53 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 53 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .826 | 6 |

Item Statistics

| | Mean | Std. Deviation | N |
|--------|------|----------------|----|
| item1 | 3.23 | 1.103 | 53 |
| item2 | 3.36 | 1.076 | 53 |
| item5 | 3.17 | 1.069 | 53 |
| item8 | 3.47 | 1.067 | 53 |
| item9 | 3.92 | 1.035 | 53 |
| item10 | 3.92 | .997 | 53 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|--------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| item1 | 17.85 | 14.669 | .673 | .781 |
| item2 | 17.72 | 15.207 | .621 | .793 |
| item5 | 17.91 | 14.818 | .681 | .779 |
| item8 | 17.60 | 14.398 | .745 | .765 |
| item9 | 17.15 | 16.054 | .536 | .810 |
| item10 | 17.15 | 17.861 | .322 | .849 |

Scale Statistics

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|-------|----------|----------------|------------|
| 21.08 | 21.571 | 4.644 | 6 |

Social Comparison

(Opinion)

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 53 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 53 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .821 | 5 |

Item Statistics

| | Mean | Std. Deviation | N |
|--------|------|----------------|----|
| item3 | 3.53 | .890 | 53 |
| item4 | 3.57 | .951 | 53 |
| item6 | 3.81 | .856 | 53 |
| item7 | 3.62 | 1.060 | 53 |
| item11 | 3.62 | 1.023 | 53 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|--------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| item3 | 14.62 | 8.778 | .726 | .755 |
| item4 | 14.58 | 9.324 | .546 | .805 |
| item6 | 14.34 | 10.036 | .485 | .819 |
| item7 | 14.53 | 7.908 | .733 | .747 |
| item11 | 14.53 | 8.754 | .594 | .792 |

Scale Statistics

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|-------|----------|----------------|------------|
| 18.15 | 13.400 | 3.661 | 5 |

II. Life Satisfaction**Item Statistics**

| | Mean | Std. Deviation | N |
|--------|------|----------------|----|
| item1 | 5.36 | 1.076 | 53 |
| item2 | 5.17 | 1.122 | 53 |
| item3 | 5.00 | 1.301 | 53 |
| item4 | 5.25 | 1.159 | 53 |
| item5 | 5.23 | 1.103 | 53 |
| item6 | 4.94 | 1.322 | 53 |
| item7 | 5.28 | 1.246 | 53 |
| item8 | 3.53 | 1.367 | 53 |
| item9 | 3.42 | 1.486 | 53 |
| item10 | 2.70 | 1.501 | 53 |
| item11 | 2.72 | 1.364 | 53 |
| item12 | 3.49 | 1.648 | 53 |
| item13 | 5.02 | 1.394 | 53 |
| item14 | 2.77 | 1.250 | 53 |
| item15 | 2.75 | 1.270 | 53 |
| item16 | 3.60 | 1.609 | 53 |
| item17 | 2.64 | 1.317 | 53 |
| item18 | 5.04 | 1.850 | 53 |
| item19 | 4.04 | 1.192 | 53 |
| item20 | 3.08 | 1.426 | 53 |
| item21 | 3.02 | 1.248 | 53 |
| item22 | 2.79 | 1.364 | 53 |
| item23 | 2.92 | 1.567 | 53 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|-------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| item1 | 84.40 | 207.936 | .515 | .836 |
| item2 | 84.58 | 206.824 | .526 | .836 |
| item3 | 84.75 | 204.996 | .494 | .836 |
| item4 | 84.51 | 202.370 | .648 | .832 |

| | | | | |
|--------|-------|---------|------|------|
| item5 | 84.53 | 205.639 | .576 | .834 |
| item6 | 84.81 | 200.079 | .622 | .831 |
| item7 | 84.47 | 205.677 | .499 | .836 |
| item8 | 86.23 | 202.755 | .525 | .835 |
| item9 | 86.34 | 211.267 | .268 | .845 |
| item10 | 87.06 | 209.554 | .305 | .844 |
| item11 | 87.04 | 209.037 | .359 | .841 |
| item12 | 86.26 | 198.775 | .507 | .835 |
| item13 | 84.74 | 209.813 | .330 | .842 |
| item14 | 86.98 | 211.980 | .317 | .843 |
| item15 | 87.00 | 217.615 | .156 | .848 |
| item16 | 86.15 | 205.015 | .379 | .841 |
| item17 | 87.11 | 209.333 | .368 | .841 |
| item18 | 84.72 | 203.976 | .335 | .844 |
| item19 | 85.72 | 212.822 | .311 | .843 |
| item20 | 86.68 | 207.337 | .382 | .840 |
| item21 | 86.74 | 211.237 | .339 | .842 |
| item22 | 86.96 | 208.768 | .367 | .841 |
| item23 | 86.83 | 206.798 | .351 | .842 |

Scale Statistics

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|-------|----------|----------------|------------|
| 89.75 | 225.073 | 15.002 | 23 |

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 53 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 53 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

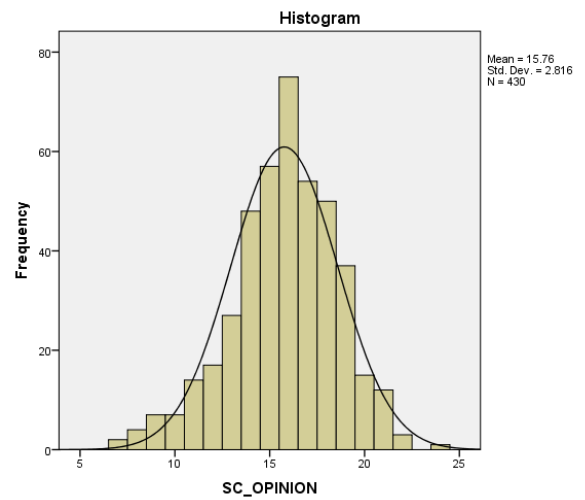
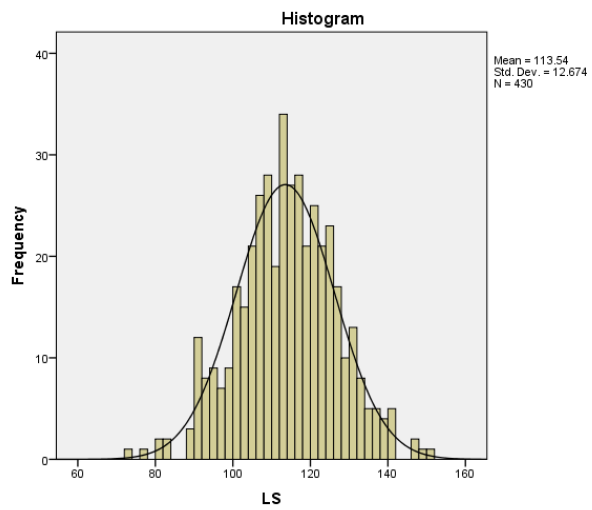
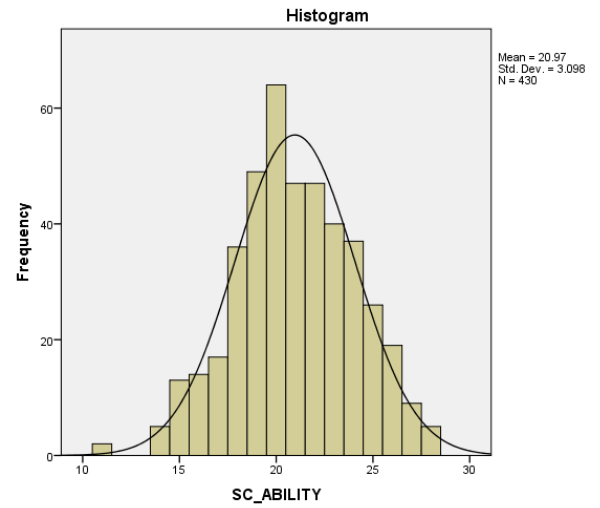
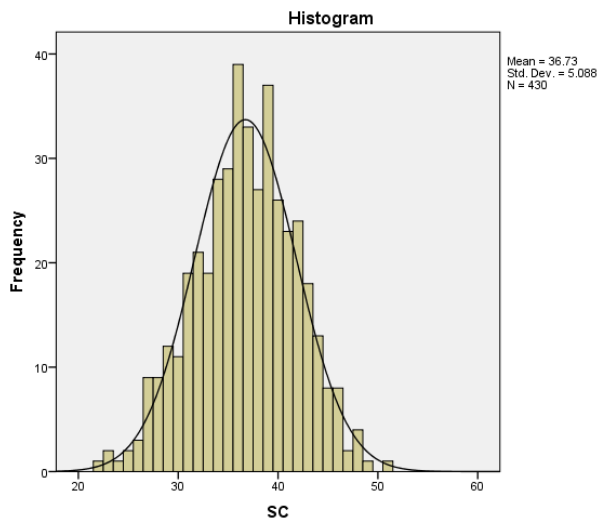
| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .845 | 23 |

Lampiran 4. Output Hasil Data Deskriptif SPSS 23.0

1. DATADESKRIPTIF

| Statistics | | |
|------------------------|---------|---------|
| Life Satisfaction | | |
| N | Valid | 430 |
| | Missing | 0 |
| Mean | | 113.54 |
| Std. Error of Mean | | .611 |
| Mode | | 109 |
| Std. Deviation | | 12.674 |
| Variance | | 160.622 |
| Skewness | | -.065 |
| Std. Error of Skewness | | .118 |
| Kurtosis | | .100 |
| Std. Error of Kurtosis | | .235 |
| Range | | 78 |
| Minimum | | 73 |
| Maximum | | 151 |
| Percentiles | 25 | 105.75 |
| | 50 | 114.00 |
| | 75 | 122.00 |

| Statistics | | |
|------------------------|---------|--------|
| SC | | |
| N | Valid | 430 |
| | Missing | 0 |
| Mean | | 36.73 |
| Std. Error of Mean | | .245 |
| Mode | | 36 |
| Std. Deviation | | 5.088 |
| Variance | | 25.891 |
| Skewness | | -.148 |
| Std. Error of Skewness | | .118 |
| Kurtosis | | -.205 |
| Std. Error of Kurtosis | | .235 |
| Range | | 29 |
| Minimum | | 22 |
| Maximum | | 51 |
| Percentiles | 25 | 33.00 |
| | 50 | 37.00 |
| | 75 | 40.00 |



Lampiran 5. Uji Normalitas

Descriptives

| | | Statistic | Std. Error |
|----|---|-----------|------------|
| SC | Mean | 36.73 | .245 |
| | 95% Confidence Interval for Lower Bound | 36.25 | |
| | Mean Upper Bound | 37.21 | |
| | 5% Trimmed Mean | 36.77 | |
| | Median | 37.00 | |
| | Variance | 25.891 | |
| | Std. Deviation | 5.088 | |

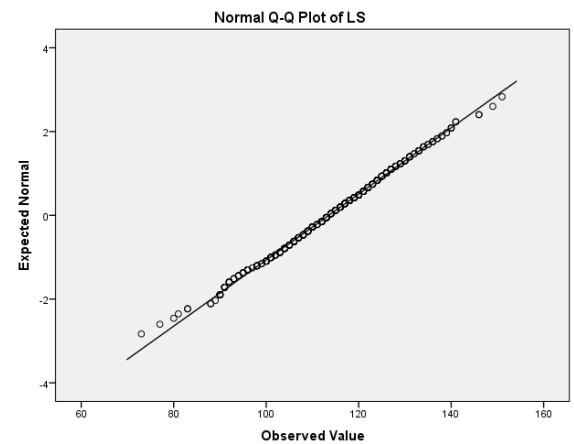
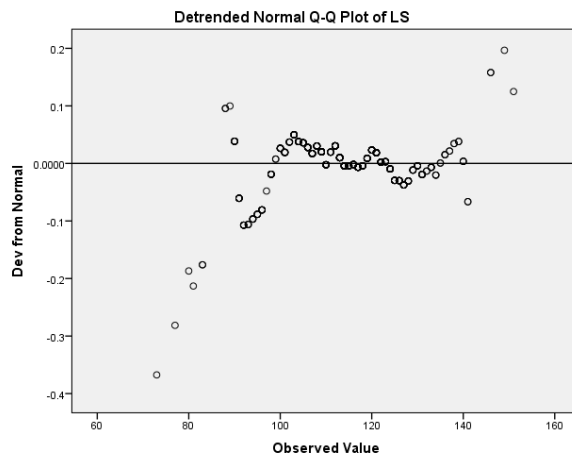
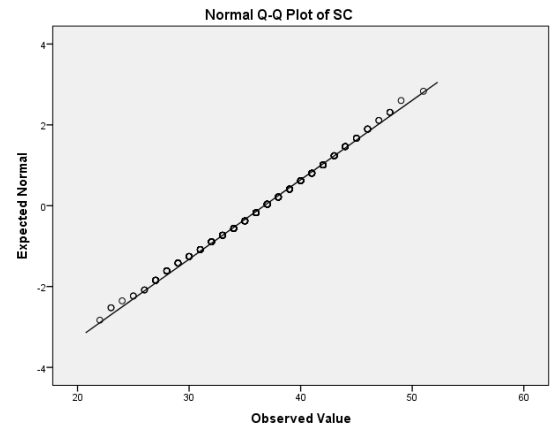
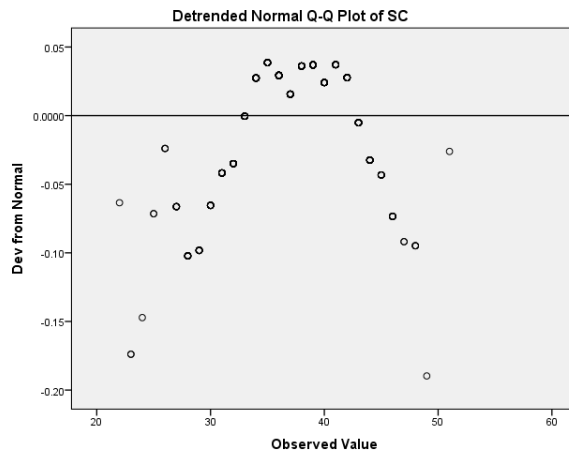
| | | | |
|----|----------------------------------|----------------------------|------------------|
| | Minimum | 22 | |
| | Maximum | 51 | |
| | Range | 29 | |
| | Interquartile Range | 7 | |
| | Skewness | -.148 | .118 |
| | Kurtosis | -.205 | .235 |
| LS | Mean | 113.54 | .611 |
| | 95% Confidence Interval for Mean | Lower Bound Upper Bound | 112.34 114.74 |
| | 5% Trimmed Mean | 113.56 | |
| | Median | 114.00 | |
| | Variance | 160.622 | |
| | Std. Deviation | 12.674 | |
| | Minimum | 73 | |
| | Maximum | 151 | |
| | Range | 78 | |
| | Interquartile Range | 16 | |
| | Skewness | -.065 | .118 |
| | Kurtosis | .100 | .235 |

Tests of Normality

| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
|----|---------------------------------|-----|-------------------|--------------|-----|------|
| | Statistic | df | Sig. | Statistic | df | Sig. |
| SC | .057 | 430 | .002 | .994 | 430 | .081 |
| LS | .033 | 430 | .200 [*] | .998 | 430 | .816 |

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction



Lampiran 6. Uji Korelasi

Descriptive Statistics

| | Mean | Std. Deviation | N |
|----|--------|----------------|-----|
| LS | 113.54 | 12.674 | 430 |
| SC | 36.73 | 5.088 | 430 |

Correlations

| | | LS | SC |
|----|-----------------------------------|-----------|-----------|
| LS | Pearson Correlation | 1 | .379** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 |
| | Sum of Squares and Cross-products | 68906.905 | 10478.853 |
| | Covariance | 160.622 | 24.426 |
| | N | 430 | 430 |

| | | | |
|----|-----------------------------------|-----------|-----------|
| SC | Pearson Correlation | .379** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | |
| | Sum of Squares and Cross-products | 10478.853 | 11107.165 |
| | Covariance | 24.426 | 25.891 |
| | N | 430 | 430 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

| | | LS | SC |
|---------------------|----|-------|-------|
| Pearson Correlation | LS | 1.000 | .379 |
| | SC | .379 | 1.000 |
| Sig. (1-tailed) | LS | . | .000 |
| | SC | .000 | . |
| N | LS | 430 | 430 |
| | SC | 430 | 430 |

Lampiran 7. Uji Linearitas

Collinearity Diagnostics^a

| Model | Dimension | Eigenvalue | Condition Index | Variance Proportions | |
|-------|-----------|------------|-----------------|----------------------|------|
| | | | | (Constant) | SC |
| 1 | 1 | 1.991 | 1.000 | .00 | .00 |
| | 2 | .009 | 14.522 | 1.00 | 1.00 |

a. Dependent Variable: LS

Lampiran 8. Uji Hipotesis

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Change Statistics | | | |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|-------------------|----------|-----|--|
| | | | | | R Square Change | F Change | df1 | |
| 1 | .379 ^a | .143 | .141 | 11.743 | .143 | 71.691 | 1 | |

a. Predictors: (Constant), SC

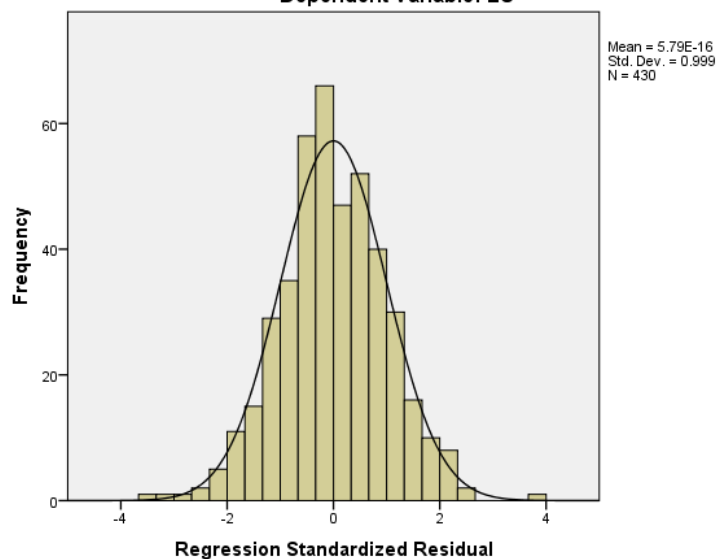
b. Dependent Variable: LS

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 9886.084 | 1 | 9886.084 | 71.691 | .000 ^b |
| | Residual | 59020.820 | 428 | 137.899 | | |
| | Total | 68906.905 | 429 | | | |

a. Dependent Variable: LS

b. Predictors: (Constant), SC

Histogram**Dependent Variable: LS****Residuals Statistics^a**

| | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation | N |
|----------------------|---------|---------|--------|----------------|-----|
| Predicted Value | 99.64 | 127.00 | 113.54 | 4.800 | 430 |
| Residual | -40.228 | 45.414 | .000 | 11.729 | 430 |
| Std. Predicted Value | -2.894 | 2.805 | .000 | 1.000 | 430 |
| Std. Residual | -3.426 | 3.867 | .000 | .999 | 430 |

a. Dependent Variable: LS

Lampiran 9. Responden Uji Coba (*Social Comparison*)

| Subjek | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
|--------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|
| 1 | 1 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 2 | 2 | 5 | 5 |
| 2 | 1 | 2 | 4 | 4 | 1 | 5 | 2 | 1 | 2 | 4 | 3 |
| 3 | 1 | 3 | 5 | 4 | 1 | 4 | 4 | 1 | 2 | 5 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 1 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 2 | 5 |
| 6 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 |
| 7 | 4 | 5 | 2 | 2 | 5 | 2 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 8 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 |
| 9 | 1 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| 10 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 |
| 11 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 5 |
| 12 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| 13 | 2 | 1 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 |
| 14 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 |
| 15 | 1 | 2 | 5 | 5 | 2 | 5 | 1 | 2 | 4 | 4 | 1 |
| 16 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 5 | 5 | 2 | 3 |
| 17 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 5 | 5 | 3 |
| 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 1 | 1 | 1 | 4 |
| 19 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 20 | 1 | 3 | 4 | 4 | 2 | 1 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| 21 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 |
| 22 | 2 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 23 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 5 | 2 | 3 |
| 24 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 5 |
| 25 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 26 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 |
| 27 | 1 | 1 | 4 | 5 | 2 | 2 | 5 | 2 | 2 | 4 | 5 |
| 28 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 |
| 29 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 30 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 |

| | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 31 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 33 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 1 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 |
| 34 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 35 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 36 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 5 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 |
| 37 | 3 | 5 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 |
| 38 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 |
| 39 | 4 | 5 | 2 | 2 | 5 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| 40 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 |
| 41 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 5 | 2 |
| 42 | 5 | 5 | 2 | 2 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 2 | 2 |
| 43 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 |
| 44 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 4 | 4 | 1 | 5 |
| 46 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 47 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 48 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 49 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | 3 | 2 |
| 50 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 51 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 2 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 |
| 52 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 1 | 3 | 4 | 3 | 2 |
| 53 | 3 | 4 | 2 | 4 | 1 | 4 | 1 | 4 | 5 | 2 | 2 |

Lampiran 10. Responden Uji Coba Penelitian (*Life Satisfaction*)

| Subjek | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 |
|--------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| 1 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 7 | 1 | 7 | 1 | 1 | 7 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 7 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 |
| 3 | 3 | 2 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 7 | 2 | 2 | 4 | 3 | 7 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 5 | 7 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 7 | 6 | 4 | 1 | 2 | 5 | 7 | 4 | 2 | 6 | 5 | 7 | 4 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| 6 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 4 | 1 | 4 | 1 | 4 | 7 | 1 | 4 | 4 | 4 | 1 |
| 7 | 6 | 6 | 6 | 5 | 6 | 4 | 5 | 2 | 6 | 2 | 1 | 2 | 5 | 1 | 4 | 4 | 1 | 1 | 4 | 3 | 2 | 2 | 6 |
| 8 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 5 | 2 | 1 | 2 | 5 | 2 | 5 | 5 | 6 | 3 | 7 | 6 | 7 | 2 | 4 | 7 |
| 9 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 6 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 |
| 10 | 5 | 5 | 3 | 6 | 5 | 5 | 6 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 1 | 2 | 5 | 1 | 5 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 |
| 11 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 12 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 13 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 1 | 1 | 7 | 1 | 2 | 1 | 1 | 7 | 4 | 4 | 1 | 4 | 1 |
| 14 | 6 | 6 | 5 | 6 | 6 | 5 | 5 | 6 | 6 | 1 | 6 | 1 | 5 | 4 | 5 | 2 | 2 | 2 | 2 | 6 | 2 | 2 | 3 |
| 15 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 1 | 7 | 3 | 7 | 5 | 4 | 4 | 1 | 5 |
| 16 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 4 | 4 | 3 | 1 | 4 |
| 17 | 7 | 6 | 4 | 6 | 7 | 7 | 7 | 4 | 4 | 1 | 1 | 4 | 7 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 |
| 18 | 6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 2 | 3 | 6 | 5 | 4 | 2 | 7 | 3 | 7 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 19 | 5 | 5 | 6 | 4 | 6 | 4 | 5 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 5 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 20 | 7 | 7 | 7 | 7 | 6 | 6 | 7 | 5 | 3 | 3 | 5 | 7 | 7 | 2 | 4 | 6 | 5 | 7 | 4 | 1 | 4 | 5 | 1 |
| 21 | 4 | 5 | 4 | 6 | 5 | 5 | 7 | 2 | 4 | 2 | 5 | 4 | 6 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 2 | 6 | 2 | 3 |
| 22 | 5 | 5 | 4 | 5 | 6 | 4 | 2 | 2 | 1 | 4 | 4 | 5 | 6 | 3 | 2 | 3 | 2 | 7 | 6 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 23 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 5 | 2 | 5 | 1 | 1 | 4 | 4 | 2 | 1 | 3 | 1 | 7 | 6 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| 24 | 4 | 4 | 3 | 6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 1 | 3 | 3 | 5 | 6 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 25 | 6 | 6 | 6 | 5 | 6 | 5 | 7 | 3 | 4 | 1 | 1 | 4 | 4 | 3 | 2 | 1 | 1 | 3 | 5 | 1 | 4 | 7 | 3 |
| 26 | 6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 5 | 1 | 6 | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 |
| 27 | 5 | 6 | 5 | 7 | 6 | 6 | 7 | 5 | 4 | 2 | 3 | 3 | 6 | 2 | 1 | 7 | 3 | 7 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 |
| 28 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 |
| 29 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 6 | 6 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 30 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 |
| 31 | 6 | 5 | 6 | 5 | 5 | 6 | 6 | 4 | 3 | 4 | 4 | 6 | 6 | 4 | 4 | 4 | 2 | 6 | 6 | 5 | 3 | 2 | 6 |
| 32 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 33 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 5 | 3 | 2 | 2 | 1 |
| 34 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 35 | 7 | 6 | 7 | 6 | 6 | 6 | 6 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 36 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 2 | 2 | 2 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 37 | 5 | 5 | 4 | 6 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 38 | 5 | 5 | 5 | 6 | 6 | 5 | 5 | 4 | 6 | 5 | 3 | 5 | 5 | 2 | 6 | 5 | 3 | 6 | 4 | 4 | 3 | 4 | 1 |
| 39 | 5 | 6 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 1 | 2 | 6 | 7 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 4 | 1 | 2 | 2 | 1 |
| 40 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 1 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 4 | 1 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 2 |
| 41 | 7 | 7 | 7 | 6 | 7 | 6 | 7 | 7 | 7 | 5 | 4 | 4 | 5 | 2 | 2 | 3 | 4 | 6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 |
| 42 | 7 | 6 | 6 | 5 | 5 | 7 | 6 | 4 | 4 | 1 | 1 | 4 | 7 | 2 | 4 | 4 | 2 | 7 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 |
| 43 | 5 | 5 | 5 | 6 | 5 | 6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 6 | 5 | 5 | 3 | 6 | 4 | 6 | 5 | 2 | 4 | 5 | 4 |
| 44 | 6 | 6 | 6 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 6 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 45 | 5 | 5 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 1 | 6 | 2 | 6 | 7 | 3 | 3 | 2 | 2 | 7 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 |
| 46 | 5 | 5 | 6 | 6 | 6 | 6 | 5 | 4 | 4 | 1 | 2 | 3 | 5 | 5 | 2 | 2 | 2 | 6 | 3 | 5 | 3 | 2 | 5 |
| 47 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 5 | 7 | 6 | 3 | 5 | 2 | 7 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 |
| 48 | 6 | 5 | 6 | 6 | 6 | 6 | 7 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 6 | 1 | 3 | 3 | 2 | 6 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 49 | 4 | 5 | 3 | 7 | 5 | 5 | 6 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 7 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 |
| 50 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 7 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 6 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 51 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 2 | 1 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 7 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 |
| 52 | 5 | 6 | 6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 2 | 3 | 5 | 6 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 53 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 6 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 |

Lampiran 11.**Butir Pernyataan Alat Ukur *The Riverside Life Satisfaction Scale***

| Butir Pernyataan | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Saya puas dengan hidup yang telah saya lalui | | | | | | | |
| Ketika saya melihat hidup saya, saya merasa puas | | | | | | | |
| Saya puas terhadap semua kehidupan saya | | | | | | | |
| Hidup saya saat ini berjalan sangat baik | | | | | | | |
| Saya menyukai kehidupan saya saat ini | | | | | | | |
| Saya merasakan kepuasan hidup | | | | | | | |
| Saya puas dengan keberadaan hidup saya saat ini | | | | | | | |
| Saya akan merasa puas jika kehidupan saya tetap berlanjut seperti saat ini | | | | | | | |
| Ketika saya memikirkan mengenai apa yang saya inginkan dari hidup, saya tidak menemukan apapun yang kurang dari hidup saya | | | | | | | |
| Jika saya dapat mengulangi hidup saya kembali, saya ingin mengubah banyak hal tentang hidup saya | | | | | | | |
| Saya berharap saya dapat membuat pilihan yang lain dalam hidup saya | | | | | | | |
| Ada hal tentang kehidupan teman saya, yang saya harapkan ada dalam hidup saya | | | | | | | |
| Saya iri dengan kehidupan orang lain | | | | | | | |
| Saya ingin membuat perubahan dalam hidup saya | | | | | | | |
| Saya tidak akan benar-benar puas dengan hidup saya hingga saya mencapai tujuan tertentu | | | | | | | |
| Terkadang, saya berharap hidup saya berbeda dari hidup saya saat ini | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Ada masalah dalam hidup saya yang benar-benar ingin saya perbaiki | | | | | | | |
| Saya memiliki keinginan untuk bertukar hidup dengan orang lain | | | | | | | |
| Orang-orang di sekitar saya terlihat menjalani kehidupan yang lebih baik dari kehidupan saya | | | | | | | |
| Saya ingin mengubah jalan hidup saya | | | | | | | |
| Saya sedang mempertimbangkan untuk bergerak dan memulai kehidupan yang baru | | | | | | | |
| Ada hal-hal yang akan saya lakukan secara berbeda, jika saya dapat membuat pilihan lagi | | | | | | | |
| Saya berharap tidak melakukan banyak kesalahan dalam pilihan-pilihan hidup yang penting | | | | | | | |

Lampiran 12.

Butir Pernyataan Alat Ukur *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure*

| Butir Pernyataan | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| Saya sering membandingkan diri saya dengan orang lain tentang apa yang saya capai dalam hidup | | | | | |
| jika saya mau belajar lebih tentang sesuatu, saya mencoba untuk mencari tahu dulu apa yang orang pikirkan tentang hal itu | | | | | |
| Saya suka saling bercincang dengan orang lain tentang opini dan pengalaman | | | | | |
| . saya sering mencari tahu seberapa baik saya melakukan sesuatu dengan membandingkan apa yang telah saya lakukan dengan yang telah orang lain lakukan | | | | | |
| Jika saya ingin mencari tahu seberapa baik saya melakukan sesuatu, saya membandingkan apa yang telah saya lakukan dengan apa yang telah orang lain lakukan | | | | | |
| Saya sering membandingkan kinerja sosial saya (seperti kemampuan bersosialisasi, popularitas) dengan orang lain | | | | | |
| saya selalu ingin tahu apa yang orang lain akan lakukan jika berada di situasi yang sama | | | | | |
| saya selalu mencoba untuk mencari tahu mengenai permasalahan orang lain yang sama seperti saya | | | | | |

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| saya tidak pernah mempertimbangkan situasi hidup saya yang berhubungan dengan orang lain | | | | | |
| Saya selalu memperhatikan bagaimana saya melakukan sesuatu dan membandingkannya dengan orang lain | | | | | |
| saya bukan tipe orang yang sering membandingkan diri saya dengan orang lain | | | | | |

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Gina Azkia, lahir di Bogor, 18 Maret 1997. Peneliti merupakan anak ke dua dari empat bersaudara. Peneliti menempuh pendidikan di SD Insan Kamil Bogor pada tahun 2003, SMP Negeri 11 Bogor pada tahun 2009, SMA Negeri 3 Bogor pada tahun 2012 dan melanjutkan ke pendidikan jenjang strata satu di Universitas Negeri Jakarta pada tahun 2015.

Selama berkuliah peneliti cukup aktif dalam mengikuti berbagai kepanitiaan dan organisasi di kampus, di antaranya pernah menjadi panitia *psychology expo* pada tahun 2016 sebagai staff Multimedia dan Design, kepala departemen *Psychology Expo* 2017 departemen Multimedia dan Design, dan pernah menjabat sebagai staff Humas di Badan Eksekutif Mahasiswa Psikologi (BEM FPPsi) UNJ pada tahun 2016. Di luar kampus peneliti mengikuti komunitas paduan suara Jakarta Youth Choir. Bersama Jakarta Youth Choir, peneliti sering aktif mengikuti acara-acara yang diselenggarakan oleh pemerintahan.

Peneliti juga pernah mengikuti program Praktek Kerja Psikologi (PKP) di *Happy Bee Preschool and Kindergarten* pada tahun 2018 sebagai pengajar dan juga pernah aktif mengajar di *Labschool* pendidikan ISFA-IPB pada tahun 2019.

Jika ingin melakukan korespondensi dapat menghubungi peneliti melalui email ginaazkia1@gmail.com atau melalui nomer *handphone* 081111998397